

АСПЕКТИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

МАТЕРІАЛИ XVII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
26 ТРАВНЯ 2022 Р.



УДК 330(063)

A90

Рекомендовано до друку вченою радою Уманського національного університету садівництва (протокол №1 від 31.01.2022 року)

Редакційна колегія:

О. О. Непочатенко – доктор економічних наук (відповідальний редактор);
Ю. О. Нестерчук – доктор економічних наук (заступник відповідального редактора);
М.І. Мальований – доктор економічних наук;
Л. Ю. Мельник – доктор економічних наук;
С. Ю. Соколюк – доктор економічних наук;
О. Г. Пенькова – доктор економічних наук;
Р. П. Мудрак – доктор економічних наук;
О. Т. Прокопчук – доктор економічних наук;
Ю. В. Улянич – кандидат економічних наук (відповідальний секретар).

*Автори вміщених матеріалів висловлюють свою думку,
яка не завжди збігається з позицією редакції.*

A90 **Аспекти** стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції. 26 травня 2022 р. Умань : 2022. 221с..

ISBN 978-966-304-263-3

Збірник містить доповіді викладачів та вчених, які були розглянуті на XVII Міжнародній науково-практичній конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки», що відбулася 26 травня 2022 року в м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються питання стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин.

Розраховано на аспірантів, викладачів, наукових співробітників та фахівців, які займаються питаннями розвитку економіки.

УДК 330(063)

ISBN 978-966-304-263-3

**©Уманський національний
університет садівництва, 2022**

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

<i>Didkovska L.I.</i> Financial state support for irrigation development	7
<i>Разумова Г.В., Гузь І.І.</i> Особливості бюджетної політики України на сучасному етапі розвитку	9
<i>Бондаренко Н.В., Касянчук М.В.</i> Інтернет-технології: їх роль та місце у розвитку системи банківських послуг	11
<i>Гузар Б.С.</i> Фінансовий контролінг в системі управління суб'єктами господарювання	13
<i>Мельник К.М.</i> Фінансова безпека вітчизняних банків України в умовах воєнного стану	15
<i>Булах І.І.</i> Фінансова система України як складова інституційних перетворень економіки	18
<i>Колотуха С.М.</i> Реформування системи кредитних відносин в аграрному секторі економіки	20
<i>Переполка В.Ю.</i> Формування стратегії забезпечення фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств.	23
<i>Барабаш Л.В.</i> Пріоритети розвитку України у до-та післявоєнний період: податковий аспект	25
<i>Власюк С.А., Цимбалюк Ю.А., Ролінський О.В.</i> Фінансово-кредитна політика в аграрній сфері	27
<i>Єрмоленко О.А., Лисьонкова Н.М.</i> Проблема етичності штучного інтелекту в умовах цифрової трансформації економіки	29
<i>Тулуш Л.Д., Радченко О.Д.</i> Бюджетне фінансування розвитку садівництва України	31
<i>Мудрак Р.П.</i> Інфляційні процеси в економіці України	33
<i>Пташник С.А.</i> Місцеві бюджети під час війни	35
<i>Власюк С.А., Заярна В.О.</i> Особливості страхового ринку в Україні	37
<i>Власюк С.А., Хомутовська Д.А.</i> Розвиток агрострахування в сучасних умовах	41
<i>Власюк С.А., Катеринич А.М.</i> Особливості страхування вантажоперевезень в сучасних умовах	44
<i>Власюк С.А., Андрусішина Т.В.</i> Особливості туристичного страхування в сучасних умовах	47
<i>Боровік Л.В.</i> Цифрова трансформація економіки України	52
<i>Мальований М.І., Лиса Н.В., Улянич Ю.В.</i> Інноваційний характер автотранспортного страхування	54
<i>Непочатенко О.О., Прокопчук О.Т.</i> Сучасні виклики страхового бізнесу	56

СЕКЦІЯ 2. РОЛЬ ТА МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕФЕКТИВНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

<i>Корман І.І.</i> Проблеми та перспективи українського ринку риби в умовах війни	59
<i>Лементовська В.А.</i> Маркетинг соціальних мереж – ефективний інструмент маркетингових комунікацій	61
<i>Makushok O.V.</i> Digital marketing as the basis of modern business	63
<i>Пенькова О.Г.</i> Тенденції коригування маркетингових стратегій міжнародних компаній на ринку рф в умовах російсько-української війни	65
<i>Семенда О.В.</i> Поведінка споживачів в digital-середовищі	67

<i>Харенко А.О.</i> Трансформація вітчизняних логістичних потоків на ринку зерна в умовах війни з РФ	69
<i>Ревуцька А.О., Дибенко Г.І.</i> Стратегічне управління в Україні особливості розвитку та ефективність	72
<i>Буфан А.М., Бей Г.В.</i> Ефективність ІТ-менеджменту в умовах діджиталізації: виклики і напрями підвищення	74
<i>Кравчук К.О.</i> Проблеми та перспективи управління інноваційною діяльністю українських підприємств	76
<i>Молдаван Л.В.</i> Раціональна побудова каналів розподілу продукції та управління товарорухом на кооперативних принципах	79
<i>Бугріменко Р. М.</i> Перспективи інфраструктурного розвитку роздрібної торгівлі	82
<i>Грецька Н. А.</i> Організація маркетингу та логістики зернових культур в Канаді	84
<i>Бакланська Ю.С.</i> Стратегічний набір як запорука розвитку підприємства	87
<i>Білоус П.В.</i> Менеджмент приватних освітніх центрів у період пандемії та військового стану	89
<i>Удова Л.О.</i> Органічні продукти у харчуванні дітей	91
<i>Кобелева А.В., Перерва П.Г.</i> Розробка процесу комерціалізації технологій	93
<i>Косенко А.В., Перерва П.Г.</i> Фактори ефективності міжнародного трансферу технологій	96
<i>Маслак М.В., Перерва П.Г.</i> Управління процесами створення інтелектуальної власності на підприємстві	99
<i>Черничко Т.В., Рибчак В.І.</i> Державна стратегія розвитку підприємств малого та середнього бізнесу в Україні	101
<i>Nataliia Blenda, Inna Cherneha.</i> Features of determining the structure of the food complex in order to ensure its balanced and effective development	104
<i>Галянт А.М.</i> Планування діяльності підприємства	106
<i>Грамотович Ю.В., Гудзь В.С.</i> Роль лідера в успішному функціонуванні сучасної організації	109

СЕКЦІЯ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Шубравська О.В.</i> Український агропродовольчий експорт: ризики воєнного періоду	111
<i>Завгородня С.П.</i> Забезпечення доступності енергії для населення: моніторинг досягнення цілі 7. Доступна та чиста енергія серед глобальних цілей сталого розвитку	113
<i>Paweł Kaczmarczyk.</i> Analysis of the development of double play services on the polish telecommunications market In the years 2017-2020.	115
<i>Смолій Л.В.</i> Роль лібералізації зовнішньоторговельної політики ЄС у відновленні економіки України	117
<i>Бойко В.О.</i> Аналіз тенденцій на міжнародному ринку послуг	119
<i>Васильців Т.Г., Левицька О.О.</i> Розвиток ринку праці та економічне зростання: теоретико-концептуальні моделі взаємозв'язку	121
<i>Кобелева Т.О., Новік І.О., Перерва П.Г.</i> Особливості ціноутворення на експортну продукцію	123
<i>Ткачова Н.П., Кобелєв В.М., Перерва П.Г.</i> Сили притягання і поштовху міжнародного маркетингу	126
<i>Eugeniusz Kwiatkowski, Agnieszka Krzetowska.</i> JAKOŚCIOWE CZYNNIKI ROZWOJU GOSPODARCZEGO POLSKICH WOJEWÓDZTW W LATACH 2010-202	128
<i>Будякова О.Ю.</i> Біоекономіка: аспекти стабільного розвитку	130
<i>Прокопенко К.О.</i> Законодавство ЄС щодо органічного виробництва: можливості	132

для вітчизняних виробників	
<i>Костюк В.С.</i> Теоретичні основи сталого розвитку сільських територій у контексті сучасної зовнішньої політики України	135
СЕКЦІЯ 4. РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-ОБЛІКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
<i>Жарун О.В., Уланчук В.С.</i> Сучасні проблеми розвитку підприємництва	137
<i>Bechko V. P.</i> The principle of justice as a determinant of modern taxation of agricultural production entities	139
<i>Горященко Ю.Г.</i> Фінансові аспекти інноваційного розвитку підприємництва: виклики та можливості	142
<i>Mykhailovyna S.O.</i> Problematic aspects of accounting for supply and sales activities of industrial enterprises	143
<i>Аніщенко Г.Ю.</i> Проблеми ідентифікації та відображення у бухгалтерському обліку додаткового блага	145
<i>Поліщук О.М.</i> Обліково-інформаційне забезпечення управління фінансовою політикою підприємства	147
<i>Матрос О.М.</i> Можливості сrm-системи для бізнесу в соціальних медіа	149
<i>Кучеренко Т.Є.</i> Сучасні наративи оцінки в обліку	151
<i>Крочак О.І.</i> Особливості розробки облікової політики підприємства	153
<i>Мельниченко М.В., Аксьонов В.В., Халявка В.В.</i> Удосконалення механізму управління витратами машинно – тракторного парку	155
<i>Іванова Н.А.</i> Підвищення якості аудиту: основа МСА	156
<i>Tkachenko Serhii Anatoliiovych, Potyshniak Olena Mykolaivna, Poliakova Yevheniia, Tkachenko Vyacheslav.</i> Increasing reliability, improving the technical level, quality and efficiency of the created and manufactured equipment	158
<i>Тупчий О.С.</i> Обґрунтування концептуальних засад економічного управління підприємством	159
<i>Вороніна М.В.</i> Особливості організації бухгалтерського обліку на підприємстві	162
<i>Нестерчук Ю.О., Соколюк С.Ю.</i> Інноваційна діяльність та ефективність використання фінансових ресурсів аграрних підприємств	163
<i>Веселовська В.О.</i> Ефективність використання оборотних активів у діяльності підприємства	165
<i>Мілько В.С.</i> Вплив тіньової економіки на економічну безпеку підприємства	167
<i>Віхтюк А.С.</i> Фінансова стійкість підприємства: теорія та практика аналізу	169
<i>Ткачук Н.М.</i> Фінансові аспекти інноваційної активності підприємств	172
СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНІ	
<i>Волченко А.С., Передрій А.Е.Ю., Перерва П.Г.</i> Формування критеріїв сегментування туристичного ринку	175
<i>Матросова В.О., Верютіна В.Ю., Перерва П.Г.</i> Методичні підходи до визначення місткості туристичного ринку	177
<i>Проскурня О.М., Погорєлова Т.О., Перерва П.Г.</i> Економічна ефективність міжнародного туристичного бізнесу	180
<i>Ціватий В.Г.</i> Туристичний бізнес та історико-культурний туризм у сфері міжнародних відносин і міжнародного туризму: український, європейський і світовий досвід культурних і креативних індустрій (інституціональний дискурс)	182
<i>Крушинська А.В.</i> Проблемні аспекти фінансування туристичної галузі на місцевому рівні	185
СЕКЦІЯ 6. СОЦІАЛЬНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, ФІЛОСОФСЬКІ ТА ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ	
<i>Уланчук В.С., Жарун О.В.</i> Проблемні аспекти розвитку сільського господарства	189

<i>Капінос Г.І., Ларіонова К.Л. Основи формування та реалізації концепції сталого розвитку в Україні</i>	191
<i>Макаренко М.Б., Мусієнко К.О. Моделювання розвитку та життєздатності підприємств іт ринку України</i>	194
<i>Вайда Т.С Ризики та небезпеки смартфонної залежності для здоров'я дітей та підлітків</i>	197
<i>Євстаф'єв С.М. Тенденції використання javascript frameworks</i>	199
<i>Концеба С.М., Ліщук Р.І. Проблеми прогнозування економічних показників методами інтелектуального аналізу даних та шляхи їх вирішення</i>	202
<i>Кучинський В.А., Ткачов М.М., Перерва П. Г. Економіко-правове регулювання процесів діджиталізації на світовому ринку</i>	204
<i>Ліщук Р.І., Концеба С.М., Кулаков П.І. Система радіочастотної ідентифікації рухомих тварин на основі пасивних транспондерів</i>	207
<i>Коротєєв М.А. Міграційні втрати населення внаслідок війни росії проти України</i>	208
<i>Нестерчук Ю.О., Улянич Ю.В., Бутко Н.В. Діджиталізація у соціальному забезпеченні</i>	211
<i>Ткач В.О., Муковіз В.С. Трансакційні витрати та їх вплив на прийняття рішень</i>	213
СЕКЦІЯ 7. ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ	
<i>Пономаренко О.В. Формування комунікативних навичок у студентів в контексті інтерактивного вивчення іноземної (англійської) мови</i>	216
<i>Бекас Я.А. Проблеми профорієнтаційної роботи в загальноосвітніх навчальних закладах</i>	218

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

FINANCIAL STATE SUPPORT FOR IRRIGATION DEVELOPMENT

Didkovska L.I., candidate of economic sciences,
State Organization “Institute of Economics and Forecasting of the National
Academy of Sciences of Ukraine”

In 2021, the amount of planned financial agricultural support from the state amounted to UAH 4.5 billion. The main areas of direct form of budget support in the agricultural sector include: subsidies for agricultural production and logistics; providing subsidies for lending to agricultural producers; providing subsidies to compensate for part of the costs of crop insurance; providing subsidies for capital expenditures, etc. Indirect state support of the agricultural sector is represented by the following areas: procurement of agricultural products by the state; conducting procurement and commodity interventions with grain that will affect the production market; protection of domestic agricultural producers in the implementation of foreign economic policy [1], etc.

In recent years, the list of state support programs for irrigated agriculture in Ukraine has expanded somewhat. The following are the main documents that reveal the areas of state support for irrigation:

- Resolution of the Cabinet of Ministers of 11.10.2021 № 1070 "State support to agricultural producers who use reclaimed land", which provides budget support for up to 25% of the cost of commissioning of domestic irrigation systems. UAH 50 million has been planned in this direction in the state budget. According to the Ministry of Agrarian Policy, in 2021 such support in the amount of about UAH 17 million was received by Mykolayiv, Kherson, Dnipropetrovsk and Cherkasy regions, which allowed to increase the reclamation fund by 4939 hectares. To receive this state support, agricultural producers must collect and submit to the Ministry of Agrarian Policy a number of documents: an application for budget funds confirming the commissioning of the completed facility; certificate from the bank on opening a current account; information from the State Register of Real Property Rights on confirmation of land ownership / use rights; acts of acceptance-transfer (internal movement) of fixed assets and acceptance-delivery of repaired, reconstructed and modernized objects; a copy of the project passport and a copy of the estimated part of the project documentation; the obligation to return the funds in case of misuse. At the end of the year, a commission meets to review documents and determine the amount of state support. By December 15, the Ministry of Agrarian Policy approves the distribution of budget payments taking into account the size of budget allocations [2].

- Resolution of the Cabinet of Ministers of 01.03.2017 № 130 "On partial compensation for the cost of agricultural machinery and components of domestic production", which provides for compensation of 25% of the cost of domestic

agricultural machinery. This approach simultaneously stimulates domestic production of irrigation equipment and reduces the cost of agricultural producers to purchase it. The program of compensation for the cost of domestic equipment has good results: in 2019-2020, agricultural producers purchased UAH 16 million of irrigation equipment and compensated the state UAH 3.4 million. In general, within the framework of this program during the four months of 2020-2021, almost 2 thousand farmers bought 2.8 thousand units of agricultural machinery and equipment of domestic production, spending 909.2 million UAH, of which received partial compensation in the amount of 189, UAH 4 million [3].

- Resolution of the Cabinet of Ministers of 15.07.2005 №587 "Financial support for the development of horticulture, viticulture and hop-growing", which guarantees the return of 50% of the cost of costs aimed at installing drip irrigation systems in these areas. In order to receive this compensation, in addition to standard documents, it is necessary to prepare photographic evidence of planting (repair) of plantations, construction of wallpaper and installation of drip irrigation systems.

- Procedure of the Cabinet of Ministers of 16.02.22 use of funds provided in the state budget for the reconstruction, modernization and restoration of reclamation systems (national and inter-economic, state-owned) [4]. It was planned to allocate budget funds for the reconstruction and restoration of open canals, closed pipelines and drainage networks, reservoirs, storage ponds, water intakes of drainage systems, pumping stations, etc. The main purpose of these funds is to expand the area under irrigation.

In addition, in 2021 the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine initiated a pilot project to restore reclamation systems in southern Ukraine. However, due to military aggression by Russia, the implementation of irrigation development projects has been suspended, and the program to restore reclamation systems has been reduced.

References:

1. AGGEEK (2021) "Financial support from the state: how to get?", available at: <https://aggeek.net/ru-blog/finansova-pidtrimka-vid-derzhavi-yak-otrimati> (Accessed 3 May 2022).

2. The official site of Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2021), "Reclamation", available at: <https://minagro.gov.ua/pidtrimka/melioraciya> (Accessed 3 May 2022).

3. The official site of Ministry of Economy of Ukraine (2021), "Support of the national producer: the new list of agricultural machinery which 25% of cost of which is compensated by the state is approved", available at: <https://me.gov.ua> (Accessed 3 May 2022).

4. Dekhtiar, O.O. (2022) "Current approaches to the formation of state support in the field of irrigation in agriculture of Ukraine" Presentation materials at the event [German experience in institutional organization and financing of agricultural reclamation], APD Ukraine, Kyiv, Ukraine, 22 February, 2022, available at: <https://apd-ukraine.de/> (Accessed 3 May 2022).

ОСОБЛИВОСТІ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ

Разумова Г.В., д.е.н., доцент,

професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту,

Гузь І.І., студентка,

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

Дослідження питання щодо особливостей формування бюджетної політики України дозволило виділити такі основні важливі аспекти:

1. Рішення законодавчої та виконавчої влади. Аналіз їх виявив відсутність системного бачення майбутнього розвитку української економіки та шляхів подальших реформ. Це призводить до безсистемного та хаотичного реформування національної економіки, частой зміни напрямів розвитку та пріоритетів економічної політики, непослідовного впровадження реформ.

2. Розробка та реалізація політики соціальної справедливості. Українська влада не має у порядку денному таких планів, що ставить під загрозу не лише майбутній економічний розвиток, а й існування української держави, адже соціальна справедливість є важливою умовою для сталого розвитку політичної та економічної системи у будь-якій країні.

3. Вплив фінансового стану стратегічних державних підприємств, які є великими платниками податків, на дохідну частину бюджету. Політика уряду по відношенню до стратегічних підприємств базується на врахуванні інтересів українських фінансово-промислових груп та груп впливу в українській політиці, тому говорити про ефективність роботи таких підприємств та їх прозорість не доводиться.

4. Непрозорий, часто відверто лобістський розподіл коштів, який не має нічого спільного з виваженою економічною політикою, спрямованою на розвиток національної економіки. Так, у підготовленому Кабінетом Міністрів України до другого читання проєкті бюджету на 2021 рік відбулося скорочення фінансування Міністерства освіти і науки на 4 млрд грн, майже на 5 млрд грн скорочено видатки на регіональні програми розвитку, скорочено фінансування міністерств економічного профілю на 2 млрд грн [1].

5. Практика нецільового використання коштів, яка суттєво послаблює стимулюючий характер бюджетної політики.

6. Невиконання видаткової частини бюджету. В Україні розроблено достатньо різнорівневих програм розвитку національної економіки. Але як показує реальність, коштів на втілення таких програм катастрофічно не вистачає. Так, в 2021 році 57 бюджетних програм взагалі не отримали фінансування. Загальна сума, яку мали б виділити з бюджету держави на ці програми, сягала 8,72 млрд грн [2].

7. Масштабне фінансування державних проєктів, які не мають суттєвого впливу на ділову активність у національній економіці. Перш за все, мова йде про ініціативу уряду щодо будівництва національних магістралей.

8. Практика затвердження держбюджету. Здебільшого така практика проходить методом надання преференцій для політичних груп впливу, окремих депутатів в обмін на підтримку та найскоріший розгляд поданого на затвердження державного бюджету. Це має в основному негативний вплив на ефективність і прозорість розподілу та використання бюджетних коштів.

Беручи до уваги зазначені особливості ведення бюджетної політики доцільно запропонувати такі заходи:

- необхідно сформулювати довгострокову стратегію економічного розвитку, визначити, яку економічну модель хоче побудувати влада, які ресурси та реформи їй потрібні;
- відповідно до стратегії необхідно сформулювати структурну інвестиційну політику, уточнюючи пріоритети економічного розвитку та заходи щодо залучення інвестицій у ключові сфери. Інвестори повинні розуміти, які довгострокові пріоритети розвитку виникають у країні та як країна може стимулювати інвестиції у пріоритетні сфери;
- на основі реалізації попередніх пропозицій необхідно розробити бюджетну стратегію для упорядкування доходів і видатків бюджету на кілька років та прив'язки до запланованих реформ (стратегія має містити перелік реформ, пріоритетів, розробку та впровадження витрат тощо);
- одночасне реформування сфер діяльності, що стосуються бюджетної системи, податкової системи, політики державного боргу, регуляторно-адміністративної реформи, реформи соціального забезпечення, охорони здоров'я, освіти та науки тощо;
- розробка політики для підтримки та введення інноваційних програм по відношенню до великих державних підприємств, які мають стратегічне значення для економіки країни. Зазначена політика повинна сприяти упорядкуванню системи управління, скороченню витрат для підвищення прозорості та прибутковості зазначених компаній.

Підсумовуючи необхідно зазначити, що бюджетна політика має певні особливості, які суттєво послаблюють позитивний ефект її застосування. З урахуванням того, що бюджетна політика має значний вплив на ділову активність національної економіки, зазначений напрям дослідження тривалий час потребуватиме під ретельною увагою дослідників. Актуальними залишаються питання, пов'язані з формуванням та реалізацією бюджетної стратегії, вибором та фінансуванням структурних пріоритетів тощо.

Список використаних джерел:

1. Бюджет-2021: Попри обіцянки підвищення видатків на Офіс Зеленського залишили – нардеп. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/11/27/668574>.
2. Друкач О. Майже 60 бюджетних програм в Україні зовсім не отримали фінансування у 2021 році. URL: https://economy.24tv.ua/mayzhe-60-byudzhetnih-program-ukrayini-ekonomichni-novini-ukrayini_n1808353.
3. Разумова Г.В., Протопопова Н.А. Реформування бюджетної системи України як напрям регулювання розвитку національної економіки. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 2 (88). С. 52-58. [https://doi.org/10.26642/jen-2019-2\(88\)-52-58](https://doi.org/10.26642/jen-2019-2(88)-52-58).

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ: ЇХ РОЛЬ ТА МІСЦЕ У РОЗВИТКУ СИСТЕМИ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Бондаренко Н.В., к.е.н., доцент

Касянчук М.В., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва

В даний час в усіх країнах світу інтернет-технології розвиваються досить швидкими темпами, не виключення і банківська діяльність. Виконати плату, переслати грошові ресурси, обміняти валюту та ін. можна зробити за допомогою роботи інтернет-банкінгу в будь-який час доби. Реалізація дій з рахунком у банку за допомогою Інтернет-мережі виступає суттю інтернет-банкінгу.

Одним з найбільш впроваджуваних та розповсюджених у банківську систему видів електронної торгівлі є Інтернет-банкінг. При цьому резерви вживання Інтернету саме в банківській діяльності мають місце постійно розширюватися, відкриваються нові відділи та впроваджуються новітні технології, а разом із цим – нові задуми розвитку банківського бізнесу.

Використання Інтернету-технологій розпочалося з продажу певних банківських продуктів в США. В 1995 році відкрився перший Інтернет-банк - Security First Network Bank (www.sfnb.com), який надавав своїм клієнтам шанс здійснювати оплату за різними операціями та звіряти баланс через Інтернет.

Послуги які надаються дистанційно у банківській діяльності це певна технологія, за допомогою якої проведення операцій по продажу банківських продуктів не вимагає особистого візиту до банку. Операції які не здійснюються безпосередньо в банківському офісі, може реалізувати система дистанційного обслуговування банків [1]. При дослідженні наукової літератури [2; 3] авторами виділено наступні види банківських послуг які можуть надаватися дистанційно: відео-банкінг; RC-банкінг (звична система Клієнт-Банк»); Інтернет-банкінг.

Виникає низка чинників які необхідні при використанні інтернет-технологій у роботі банківської системи:

- робота з клієнтською базою має покращитися, застосування різноманітного спектру послуг банку, а також притягнення нових споживачів;
- зниження поточних витрат банку та швидке виконання операцій банку;
- підвищення конкурентоспроможності банку та покращення керування банківськими установами [4].

Інтернет-банкінг або Web-банкінг (англ. online Banking) – виступає самим розповсюдженим видом обслуговування банківської діяльності на дистанційній основі, прийомами якого виступають доступ до власних поточних рахунків та операцій для здійснення розрахунків які можуть здійснюватися в любий зручний час та з будь-котрого засобу електронного

зв'язку за допомогою Інтернет-з'єднання. Даний інструмент виступаючи у якості фінансового посередника, надає банківським установам великі шанси заощадити саме на операціях які є стандартними або найбільш використовуваними, що пов'язані з грошовим обігом. Розцінки за операціями які здійснюється засобами електронного зв'язку зменшуються на 80-90%, тобто банк не несе витрат щодо перевірки правильності сформованих документів та комунікації з клієнтом, а лише контролює реалізацію операції за допомогою засобів електронних систем [5].

Одним із перших банків України які розпочали впроваджувати у своїй діяльності Інтернет-банкінг є АТ ПриватБанк. Ефективність використання даних систем та певні умови які виникли останнім часом (були спричинені карантинном від Covid-19, військові дії) викликали розвиток і впровадження систем Інтернет банкіру і інших банках. Самими розповсюдженими і популярними є Приват24, PIB-to-WEB, My Alfa-Bank, Райффайзен Онлайн, Universal Bank – monobank, Free Bank, Ощад 24/7, ТАС24, ПУМБ online, ОТП Smart, Kredodirect, Enter EXIM, UKRSIB ONLINE, MyBank, i-bank. Що дозволяє банківським установам залучати нових клієнтів за допомогою яких здійснюється розширення меж ринку надання послуг та продажу банківських продуктів, розширення перспектив залучення грошових коштів що призводить до підвищення рейтингу банків.

Але є й те, що відлякує від використання Інтернет-банкінгу це саме певні види шахрайства та зловживань, саме тому ще є досить велика кількість банківських установ які не в повній мірі надають послуги у режимі онлайн, незважаючи на те, що в даний час рівень захисту банківських мереж зміцнив свої позиції. І саме даний додаток виступає одним із універсальних інструментів збільшення залучення грошових еквівалентів за допомогою збільшення кількості клієнтської бази банківської установи та виступає як один із ефективний методів збільшення клієнтської бази за підтримкою більш зручних методів дистанційного впровадження банківських продуктів.

Отже, Інтернет-банкінг для нашої держави є одним з найбільш багатообіцяючих напрямків спрямованих на розток банківської системи в цілому. Уживання системи Інтернет-банкінгу у роботі банків спрощує саму діяльність методом допомоги і зменшення навантаження роботу касирів; зменшення ціни на банківські продукти та мінімізація роботи з паперовими носіями.

Список використаних джерел:

1. Страхарчук А. Я. Інформаційні системи і технології в банках: [навч. посіб.] / А. Я. Страхарчук, В. П. Страхарчук. Ї К.: Знання, 2010. 515 с. URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/p06_10.pdf (дата звернення 9.05.2022)
2. Вовчак О. Д. Платіжні системи: [навч. посіб.] / О. Д. Вовчак, Г. Є. Шпаргало, Т. Я. Андрейків. Ї К.: Знання, 2008. Ї 341 с.
3. Чуб О. О. Розвиток Інтернет-банкінгу в глобальному середовищі. Вісник Української академії банківської справи. 2009. № 1 (26). С. 62-67. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147035822.pdf> (дата звернення 9.05.2022)

4. Владика Ю., Турова Л. Роль сучасних digital-технологій у функціонуванні банківської системи. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 25. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/252> (дата звернення 10.05.2022)

5. Караєва Н. В. WEB- та мобільні технології в економіці : конспект лекцій. – К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. С. 52. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream> (дата звернення 10.05.2022)

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Гузар Б.С. к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Розвиток ринкової економіки вимагає розробки та застосування нових підходів в управлінні підприємствами.

Новим напрямом в управлінні підприємствами є впровадження системи фінансового контролінгу, як функціонально відокремленого напрямку фінансової роботи, пов'язаного з реалізацією фінансово-економічної функції менеджменту, що забезпечує прийняття раціональних рішень.

У сучасних умовах господарювання, які обумовлені значними змінами діяльності суб'єктів господарювання, так і їхніх клієнтів, фінансовий контролінг все більш орієнтований на їх поточну діяльність, оскільки забезпечує підвищення ефективності прийняття відповідних управлінських рішень. Тому в умовах ринкової економіки та трансформаційних перетворень важливим є запровадження фінансового контролінгу та наявність відповідного програмного забезпечення, які дадуть змогу максимально швидко приймати управлінські рішення в онлайн-режимі та розробці спеціальних методів фінансового контролінгу.

Проблемами теорії та практики фінансового контролінгу займалися такі відомі вітчизняні та зарубіжні учені як І.Бланк, М.Блауг, М.Бутко, Ш.Ванг, Й.Вебер, І.Григораш, В.Геєць, А.Загородній, Р.Задорожна, О.Зоріна, Я.Маєвська, Е.Майєр, Р.Манн, В.Одноволик, Л. Птащенко, Г.Партич, М. Портер, Д. Стащук, Д. Савчук, О.Терещенко, С.Фалько, Д.Хан, П.Хорват, М.Чумаченко та ін.

Проте не повною мірою розкрита роль фінансового контролінгу як складової системи управління стійким розвитком господарюючих суб'єктів, що забезпечує її ефективне функціонування потребують подальшого дослідження та обумовлюють його актуальність.

Метою дослідження є розкриття низки проблем, що є характерними при впровадженні фінансового контролінгу в сучасні умови суб'єктів господарювання, а також аналіз можливостей та перспектив впровадження фінансового контролінгу на вітчизняних підприємствах.

В сучасних умовах ведення бізнесу досить швидко проходить процес інтеграції традиційних методів обліку, аналізу, нормування, планування і контролю в єдину систему отримання, обробки та узагальнення інформації на вітчизняних підприємствах.

Новою концепцією в управлінні господарюючим суб'єктом являється контролінг, який здатний забезпечити підтримку внутрішнього балансу їх фінансів та ефективного розвитку шляхом формування об'єктивної інформації про доходи та витрати, що дає змогу приймати оптимальні управлінські рішення [1, с. 152].

Значної уваги заслуговує точка зору вітчизняних дослідників Г. Партина і Я.Маєвської, які визначають фінансовий контролінг як філософію менеджменту, стверджуючи, що це мистецтво управління, спрямоване на визначення фінансового достатку підприємства та шляхів його досягнення [2, с. 199].

Науковець О.А. Зоріна відмічає, що фінансовий контролінг - це спеціальна система інструментів та методів, яка спрямована на функціональну підтримку фінансового менеджменту підприємства, що охоплює інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг; система, орієнтована на сталий розвиток господарюючого суб'єкта. Основною метою якого є орієнтація управлінського процесу на максимізацію прибутку й вартості капіталу за мінімізації ризику та збереження ліквідності й платоспроможності підприємства [3, с. 43].

Як відмічає Л.О. Птащенко фінансовий контролінг - це один з основних складників контролінгу, являє собою регуляторну керуючу систему, яка координує взаємозв'язки між формуванням інформаційної бази, фінансовим аналізом, фінансовим плануванням та внутрішнім фінансовим контролем, що забезпечує концентрацію контрольних дій на найбільш пріоритетних напрямках фінансової діяльності підприємства, своєчасне виявлення відхилень фактичних її результатів від передбачених і прийняття оперативних управлінських рішень, спрямованих на її нормалізацію [4].

З іншої точки зору контролінг розглядається як кібернетична система управління підприємством [5] зі складною організацією зворотних зв'язків та відповідною різноманітністю.

Узагальнюючи та аналізуючи наукові підходи щодо проблем контролінгу можна виділити такі основні його концепції:

- 1.Облікова система підприємства, яка включає створення інформаційної системи підтримки управлінських рішень.
- 2.Управлінська інформаційна система.
- 3.Система управління, орієнтована на планування і контроль.
- 4.Система управління, яка забезпечує координацію систем планування, контролю та інформаційного забезпечення.

В умовах ринкової економіки, для отримання кількісної оцінки змін у системі управління стійким розвитком підприємства є досить складним

завданням через необхідність урахування багатьох факторів і складових, фахівці зазначають якісний прояв позитивних результатів впровадження фінансового контролінгу, який полягає у наступному: підвищенні ступеня адаптації підприємства до швидкозмінних ринкових умов; зростанні ступеня інтеграції підрозділів у процеси управління; зростанні швидкості реагування на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищах з метою досягнення намічених цілей; покращенні функціонування системи планування фінансової діяльності з метою підвищення ефективності перерозподілу фінансових ресурсів підприємства; своєчасності отримання точної інформації, необхідної для прийняття фінансових управлінських рішень; підвищенні рівня адекватності фінансових управлінських рішень.

Запровадження системи фінансового контролінгу на підприємстві сприяє підвищенню ефективності всього процесу управління фінансовою діяльністю.

Список використаних джерел

1. Воляник Г.М., Марушко Н.С. Контролінг у системі управління підприємством. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19. 4. С. 151–155.
2. Партин Г.О., Маєвська Я.В. Види та місце фінансового контролінгу на підприємстві. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. № 19.6. С. 199–202.
3. Зоріна О. А. Проблематика трактування контролінгу. *Статистика України*. 2011. № 1. С. 40 – 44.
4. Птащенко Л.О., Сержанов В.В. Фінансовий контролінг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 344 с.
5. Одноволик В. І. Контролінг – кібернетична система управління економічними об'єктами на основі інформаційних технологій. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 12(150). С. 24–28.
6. Бутко М.П. Організація системи контролінгу на підприємствах України. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 6. Ч. 2. С. 116–118.
7. Терещенко О.О., Стащук Д.М., Савчук Д.Г. Сучасний стан і перспективи розвитку фінансового контролінгу. *Фінанси України*. 2011. № 2. С. 117–126.

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Мельник К.М., кандидат економічних наук
Уманський національний університет садівництва

Гарантування фінансової безпеки банків залишається важливою проблемою сучасності, оскільки вони, виступаючи «кровоносною системою» країни формують так званий «інститут довіри» для усіх суб'єктів економічних відносин.

Забезпечення фінансової безпеки банків – це процес досягнення стану захищеності економічних інтересів банку, що виявляються у процесі реалізації його статутних цілей і завдань і полягає у створенні сприятливих

умов для реалізації всіх передбачених статутом видів банківської діяльності. Рівень забезпечення безпеки банків визначається загальноприйнятими критеріями його надійності, а також іншими показниками, що характеризують його здатність протистояти різним негативним явищам [1, с. 256].

Війна спричинила багато значних загроз в різних сферах і для різних систем в Україні. Вітчизняні банки почали працювати над зменшенням усіх можливих ризиків для своїх клієнтів і докладають неймовірних зусиль, щоб клієнти почували себе у безпеці і не переймалися про безпеку своїх заощаджень і коштів на рахунках.

ПриватБанк – банк №1 в Україні. Це дуже сучасний і технологічно передовий банк, один з найбільш технологічних банків Європи. Інформаційні технології були і є нашим найбільшим пріоритетом, особливо коли йдеться про захист даних і кошти клієнтів, доступ до рахунків і готівки. Тут ПриватБанк є беззаперечним лідером в Україні.

Після того, як НБУ дозволив банкам зберігати і обробляти дані «у хмарах» (рішення від 8 березня 2022 р.), ПриватБанк розпочав один з наймасштабніших проєктів, з метою мінімізувати залежність від фізичної присутності комп'ютерного обладнання, розташованого в різних регіонах України, яке могло бути знищено під час війни. У результаті усі основні застосунки ПриватБанку було успішно перенесено у хмарне сховище, щоб забезпечити доступ клієнтів до фінансових послуг у будь-який момент [2].

У період дії воєнного стану Національний банк України (НБУ) продовжує реалізацію спрямованих на підтримання фінансової стійкості заходів у монетарній політиці та регулюванні фінансового сектору.

З метою запобігання виведенню капіталу за кордон і недопущення виникнення макроекономічних дисбалансів з 4 квітня 2022 р. тимчасово скорочено граничні строки розрахунків за експортно-імпортними операціями з 365 до 90 календарних днів. Нові вимоги застосовуватимуться до операцій резидентів з експорту та імпорту товарів.

Правління НБУ 12 квітня ухвалило рішення здійснити другий викуп військових облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП) уряду на суму 20 млрд грн. Отже, станом на 13 квітня 2022 р. портфель військових ОВДП у власності регулятора становить 40 млрд грн, або близько 2,6 % від загальної суми видатків Державного бюджету України, що передбачалася на 2022 р.

З 14 квітня 2022 р. регулятор дозволив банкам продавати готівкову іноземну валюту населенню. Курс купівлі не має бути нижчим, а курс продажу може відхилятися не більше ніж на 10 % від офіційного курсу НБУ на день здійснення операції. Очікується, що відновлення продажу готівкової валюти банками сприятиме зменшенню можливостей для функціонування ринку нелегальних валютообмінних операцій та, відповідно, знижуватиме ризики для громадян [3].

Вагоме значення в системі фінансової безпеки банківського сектору має діяльність регулятора, зокрема, моніторинг банківської діяльності, в тому

числі аналіз якості банківських послуг, виявлення загроз, розробка інформаційно-аналітичного інструментарію щодо управління безпекою банків та ін. становлять підґрунтя збереження фінансової стабільності банківських установ.

Банківський сектор пройшов перші місяці війни з помірними втратами завдяки своєчасним діям Національного банку та банків для забезпечення безперебійної роботи фінустанов.

Попри воєнні ризики, рівень ліквідності є стабільно високим. Обсяг коштів клієнтів у банках зріс переважно за рахунок гривневих коштів населення на вимогу. Обсяг коштів корпорацій під час війни зменшувався, найбільше в іноземній валюті. Чисті активи банків зменшилися за I квартал 2020 р. на 2,2% внаслідок зменшення вкладень у депозитні сертифікати НБУ та ОВДП. Динаміка кредитного портфеля була нерівномірною, проте в цілому він зріс.

Частка непрацюючих кредитів знизилася за квартал на 3 в. п. до 27,1%. У березні 2022 р. фінустанови почали поступово визнавати погіршення якості кредитів, спричинене повномасштабними бойовими діями. Надалі реалізація кредитного ризику буде головним фактором впливу на зниження капіталу банків. НБУ не застосовуватиме до банків заходи впливу за недотримання вимог до капіталу та ліквідності під час воєнного стану, а після його завершення надасть достатньо часу для відновлення стійкості[4].

Отже, розвиток банківського сектору вимагає постійного удосконалення механізму фінансової безпеки, його адаптації до зміни умов зовнішнього середовища. При досягненні високого рівня фінансової безпеки як окремого банку, так і банківської системи країни слід надавати перевагу регулюючим і превентивним діям Національного банку України; вжити заходи, які будуть спрямовуватися на послаблення дії низки загроз, підтримання низьких темпів інфляції, стабільного валютного курсу та сприятливого інвестиційного клімату для підвищення міжнародних рейтингів України.

Список використаних джерел

1. Коваленко В. В. Філософія безпеки банків в умовах структурних дисбалансів економіки України. *Економічний форум*. 2016. № 1. С. 256–262.
2. Фінансова безпека понад усе. ПриватБанк завершив міграцію у «хмару». URL: <https://privatbank.ua/news/2022/4/29/1637> (дата звернення: 11.05.2022).
3. Огляд інструментів підтримки фінансової стійкості в умовах воєнного стану в Україні (01– 15.04.2022 року). URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ohlyad-instrumentiv-pidtrymky-finansovoyi-stiykosti-v-umovakh-voyennoho> (дата звернення: 12.05.2022).
4. Банківський сектор у I кварталі зберіг високу ліквідність та операційну прибутковість, попри воєнні дії – Огляд банківського сектору. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/bankivskiy-sektor-u-i-kvartali-zberig-visoku-likvidnist-ta-operatsiynu-pributkovist-popri-voyenni-diyi--oglyad-bankivskogo-sektoru> (дата звернення: 12.05.2022).

ФІНАНСОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ ЯК СКЛАДОВА ІНСТИТУЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ ЕКОНОМІКИ

Булах І.І. викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист
ВСП Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу УНУС

Фінансова система країни є ваговою складовою інституційних перетворень економіки. Інституційні перетворення в економіці та соціальній сфері потребують посилення дієвості фінансової політики країни, спрямованої на використання ефективних фінансово-економічних механізмів, формування сприятливого інституційного середовища, зміцнення інститутів соціальної відповідальності. Пріоритетними напрямками державної фінансової політики на середньострокову перспективу мають стати підвищення дієвості бюджетного планування і прогнозування, забезпечення збалансованості фінансової системи.

Державне регулювання розвитку економіки є вагомим інструментом забезпечення економічного зростання, створення умов для стійкості фінансового сектору економіки. На даному етапі економічного розвитку спостерігається посилення та активізація ролі держави в регулюванні виробничого та фінансового сектору економіки. Вагомими та найбільш дієвими формами державного регулювання економіки є макроекономічне планування та прогнозування, використання механізму державного замовлення і відповідно регулювання рівня видатків бюджету та підприємств державного сектору економіки, розробка та реалізація державних програм соціально-економічного розвитку.

Одним з вагомих інструментів державного регулювання економічного розвитку є фінансовий моніторинг сукупності макроекономічних показників, що сприяє результативності подальших фінансових перетворень. В умовах вдосконалення механізму управління фінансової системи важливим є здійснення комплексного, об'єктивного та регулярного моніторингу, який дозволяє виявити основні проблеми, тенденції щодо зниження рівня стійкості фінансової системи та спроможний здійснювати їх попередження, виступаючи дієвим інструментом державного фінансового регулювання.

Сучасні тенденції розвитку економіки свідчать, що з метою активізації економічного зростання необхідним є підвищення частки венчурного фінансування, нарощування обсягів прямих інвестицій, фінансування високотехнологічного виробництва, що здійснюють малі та середні підприємства, підвищення рівня їх капіталізації, орієнтація на інноваційні продукти. Разом з тим, структура вітчизняної економіки свідчить про певні проблеми та недостатність передумов для посилення її інноваційної складової – висока концентрація власності в окремих суб'єктів, олігополія, значна залежність економіки від кон'юнктури на ринках сировини, недосконалість механізму регулювання, сталий дефіцит торговельного балансу країни тощо.

Необхідним є здійснення структурних змін економіки, формування фінансової системи розвитку, спрямованої на концентрацію фінансово-економічних ресурсів у тих секторах економіки, які здійснюють виробництво інноваційної продукції високотехнологічних укладів. Водночас, важливим є поглиблення реалізації механізму компенсації втрат обсягів експорту певних груп товарів на внутрішньому ринку, що особливо стосується металургії, мінеральних добрив та готової продукції, що продукується агропромисловим комплексом.

Одним із найбільш дієвих інструментів державного регулювання соціально-економічного розвитку є податкове регулювання. Здійснюючи податкову політику, держава забезпечує необхідні джерела фінансування соціальної сфери, створює відповідні умови для структурних перетворень економіки та стимулювання економічного зростання. Структура податкової системи як складової фінансової системи має сприяти постійному зростанню обсягу податків та зборів, що надходять до бюджетів усіх рівнів, не знижуючи при цьому стимулів до розвитку підприємництва. Основним завданням податкового регулювання, як інструменту впливу на економічні процеси, є встановлення певного оптимального рівня оподаткування та механізму адміністрування податків, що забезпечать поєднання інтересів платників податків та держави. При цьому, варто зазначити, що дані інтереси є динамічними і значною мірою адаптуються до умов реалізації моделі соціально-економічного розвитку країни та пріоритетів розвитку суспільства в цілому. Крім того, використовуючи механізм податкового регулювання, держава здійснює вплив на обсяг сукупного попиту та пропозиції шляхом встановлення співвідношення показників прямих та непрямих податків, регулювання ставок окремих податків та надання податкових преференцій; структуру та обсяги накопичення основного капіталу; формування галузевої структури економіки та пріоритети розвитку національної економіки, інвестиційну динаміку, збалансований розвиток адміністративно-територіальних одиниць.

Спрямованість механізму управління фінансової системи на вирішення сукупності наявних проблем передбачає концентрацію, розподіл на перерозподіл фінансово-економічних ресурсів, переорієнтацію економіки до інноваційної моделі розвитку та 10 досягнення збалансованого соціально-економічного розвитку країни, підвищення рівня платоспроможності населення.

Список використаних джерел:

1. Рошило В. І. Шляхи реформування системи міжбюджетних відносин у контексті децентралізації бюджетної системи України // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2020. Вип. I-II (77-78) С.170-182.

2.Чугунов І.Я., Пасічний М.Д. Фінансова політика в умовах глобалізації економіки // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2016. №5. С. 5-18.

РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КРЕДИТНИХ ВІДНОСИН В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Колотуха С.М., кандидат економічних наук
Уманський національний університет садівництва

Сільське господарство в силу його природно-кліматичних і економічних особливостей повинне стати пріоритетною галуззю. Необхідний перегляд аграрної політики держави, розширення і ефективна реалізація комплексних національних проектів розвитку агропромислового виробництва, спрямованих на забезпечення розширеного відтворення в усіх сферах села і розвиток сільських територій.

Умовою ефективного функціонування процесів розширеного відтворення в економіці є наявність фінансових ресурсів. Відсутність фінансової бази створює проблеми не лише простого, але і розширеного відтворення. Пошук джерел фінансування є основою механізму розширеного відтворення, від їх властивостей багато в чому залежить структура механізму, особливості його функціонування і ефективність.

У більшості розвинених країнах діє спеціалізована система сільськогосподарського кредиту, пов'язана із специфікою галузі. Тривалість відтворювального циклу - одна з основних особливостей сільськогосподарського кредиту. Підприємства сільського господарства внаслідок тривалого процесу відтворення потребують позичкових коштів на термін, не менше півроку. Комерційні банки надають перевагу в наданні кредитів підприємствам більш прибуткових галузей економіки, тобто мають справу з так званими "короткими" грошима. Тому більшість сільськогосподарських товаровиробників, по суті, залишаються без кредитів. Нині, кредити мають можливість залучити лише ті сільськогосподарські підприємства, платоспроможність яких дозволяє їм це зробити, тобто, для оплати кредиту та сплати відсотків їм вистачить і власних коштів. При цьому поза увагою залишаються ті позичальники, фінансовий стан яких є проблемним і вони дійсно потребують фінансової допомоги[1].

З розвитком ринкових відносин, з наданням більшої самостійності суб'єктам підприємницької діяльності у вирішенні виробничих питань актуальним є розвиток комерційного кредитування як в традиційних його формах, так і в нових, з урахуванням сучасних умов.

Особливістю аграрної галузі є широке поширення товарних кредитів, як методу фінансування сільськогосподарських товаровиробників, який існує в наступних формах:

1) авансові постачання матеріалів або виконання робіт в рахунок майбутнього урожаю. Розрахунок за постачання проводиться готовою продукцією або грошовими коштами;

2) авансовий платіж за майбутні постачання продукції. Ця форма застосовується переробниками сільськогосподарської продукції або торговими посередниками;

3) відстрочка платежу при розрахунках за постачання продукції та виконання робіт.

Головним недоліком товарного кредиту є його завищена вартість в порівнянні з банківським кредитом - процентні ставки за товарним кредитами складають 30-40% річних. Проте жорстка прив'язка технологічних циклів в АПК до календарного графіку, сезонність обороту грошових коштів, відсутність реальної конкуренції серед постачальників змушують сільгоспвиробників погоджуватися із складними умовами, що пред'являються постачальниками.

Риси комерційного кредитування присутні при розрахунках із застосуванням платіжних вимог-доручень. Доцільно збільшити строк відтермінування перерахування коштів платником до 3-х місяців за згодою сторін(зараз цей термін 20 днів).Це дасть змогу відпрацювати стратегію погашення заборгованості платником і не допустити появи «завислого» боргу.

Сучасний стан розвитку кредитних відносин характеризується процесом пошуку нових форм кредитного забезпечення аграрного сектору економіки стосовно до нових економічних умов. Зміна умов економічного середовища зумовлює зміну кредитних відносин в аграрному секторі економіки.

Одним із методів удосконалення кредитного механізму аграрної галузі є запровадження аграрних розписок, де також присутні елементи комерційного кредитування.

Аграрна розписка-товаророзпорядчий документ,що фіксує безумовне зобов'язання боржника,яке забезпечується заставою,здійснити поставку сільськогосподарської продукції або сплатити грошові кошти на визначених у ньому умовах.

Відповідно до виду зобов'язання аграрні розписки поділяються на товарні аграрні розписки та фінансові аграрні розписки.

Товарна аграрна розписка-це аграрна розписка,що встановлює безумовне зобов'язання боржника за аграрною розпискою здійснити поставку узгодженої сільськогосподарської продукції,якість,кількість,місце та строк поставки,які визначені товарною розпискою.

Фінансова аграрна розписка-це аграрна розписка,що встановлює безумовне зобов'язання боржника сплатити грошову суму,розмір якої визначається за погодженою боржником і кредитором формулою з урахуванням цін на сільськогосподарську продукцію у визначеній кількості та якості.

За відсутності земельної іпотеки в якості кредитної застави можуть використовуватися складські свідоцтва та інші товаророзпорядчі документи на сільськогосподарську продукцію.

За допомогою складських свідоцтв можливо забезпечити доступ виробників сільськогосподарської продукції до короткострокових банківських кредитів та мінімізувати ризики учасників аграрного ринку. Вітчизняна система складських документів на зерно базується на використанні як простих, так і подвійних складських свідоцтв. Це різні види товаророзпорядчих документів, що видаються сертифікованими зерновими складами власникам зерна, які розмістили його на зберігання на цих складах[2].

На нашу думку, настав час створення національної системи аграрного кредитування .

В країні доцільно підготувати проект спеціального закону "Про сільську кредитну систему", в якому необхідно обумовити основні напрями її розвитку .

Створення і діяльність земельної кредитної системи неможливе також без відповідної Земельної інспекції, що буде здійснювати інспекторську діяльність за дотриманням земельного законодавства і угод.

Для вирішення вищеперерахованих проблем слід зробити наступні заходи:

- розробити і прийняти нормативні документи по експертній оцінці земельних ділянок для іпотечних операцій і забезпечити підготовку відповідних експертів;
- сформувати прозору систему кадастрової нумерації земельних ділянок;
- розробити пакет нормативно-методичних документів по іпотечному кредитуванню, регулювання створення земельного ринку, державних регіональних земельних фондів і ринку цінних земельних паперів;
- створення системи консалтингових послуг учасниками заставних операцій;
- розробити і прийняти пакет нормативних документів по створенню і діяльності систем Державного акціонерного земельного (іпотечного) банку і Української державної земельної біржі.

Список використаних джерел

1. Дем'яненко М.Я. Вплив фінансових факторів на формування доходності аграрних формувань Вісник ХНТУСГ. 2009. Вип. 85. С. 23 – 28.
2. Закон України «Про аграрні розписки» за станом на 14 січня 2020 р. № 440-IX із змінами і доповненнями Верховна Рада України. 2020. №28

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Переполка В.Ю. – аспірант

Уманський національний університет садівництва

Проблеми достатнього забезпечення фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств і підвищення ефективності їх використання носять глибокий, масштабний та всеохоплюючий характер.

Нагальною проблемою для сільськогосподарських підприємств у процесі банківського кредитування є ризик недоотримання чи невчасного отримання необхідної суми кредиту, а також підвищення відсоткових ставок по діючих договорах кредитування. У світовій практиці одним з найпоширеніших способів нейтралізації таких фінансових ризиків є хеджування за допомогою похідних фінансових інструментів. Цей метод дозволяє оптимізувати стратегію управління фінансовими ризиками, оскільки передбачає право вибору щодо вектора використання різних інструментів, умов договору за ними і можливість відмови у разі несприятливої ситуації.

Враховуючи потреби сільськогосподарських товаровиробників та ступінь розвитку фінансового ринку України перспективним може стати механізм хеджування за допомогою форвардних контрактів за відсотковими ставками.

Форвардні контракти – це інструменти міжбанківського ринку. Їх особливості відповідають вимогам реальних товарних угод господарюючих суб'єктів: обсяги та строки максимально наближені до потреб по комерційних операціях, вид активу визначається згідно потреби клієнтів банку, ціна встановлюється в залежності від розміру форвардної маржі. Механізм використання форвардного контракту за відсотковими ставками передбачає, що попередньо між потенційним позичальником і банком укладається угода про фіксування кредитної плати на наперед визначеному рівні за кредитом, який планує отримати позичальник протягом визначеного терміну у майбутньому. Крім того, позичальник має змогу кредитуватися в будь-якій банківській установі, а банк, що укладав форвардний контракт, прийматиме участь лише у кінцевому розрахунку з вирівнювання процентної плати за кредитом згідно умов укладеного форварду [1].

Сільськогосподарським товаровиробникам доцільно використовувати форвардні контракти за відсотковими ставками, оскільки через тривалий операційний цикл у них виникає постійна потреба в обігових коштах. В силу специфіки своєї діяльності сільськогосподарські підприємства чітко можуть визначити обсяги та періоди залучення додаткових фінансових ресурсів і наперед укласти контракти, згідно яких на визначену дату матимуть необхідну суму кредиту. Поряд з цим, форвардний контракт дає змогу зафіксувати розмір кредитної плати за майбутнім кредитом, що дозволяє прогнозувати майбутні грошові потоки, спланувати витрати та доходи

підприємства, максимально збалансувати його розвиток. За умови, якщо у підприємства відпала потреба у кредиті, воно має можливість за погодженням з банком-контрагентом перепродати форвардний контракт іншому підприємству – потенційному позичальнику.

Хеджування деривативами має стати для сільськогосподарських підприємств України невід'ємним елементом їх політики управління, оскільки вигоди цього механізму – беззаперечні. По-перше, підприємства, які використовують такі контракти, мають змогу спрогнозувати фінансові потоки, спланувати прибуток і визначитись з його розподілом; по-друге, знизити ризик невизначеності у кредиторській заборгованості; по-третє, мінімізувати ціновий ризик та ризик зниження попиту на продукцію чи інші активи, тобто забезпечити більш ефективний фінансовий менеджмент підприємства.

В частині удосконалення державної фінансової підтримки, 50 % опитаних експертів акцентують увагу на необхідності тісного взаємозв'язку державних асигнувань із ефективністю господарювання кожного окремого підприємства та, відповідно, адресний характер такого фінансування. З цієї позиції, кожне підприємство, ефективно розпоряджаючись власним капіталом повинно стимулюватися державою у вигляді фінансових асигнувань для поліпшення отриманих фінансових результатів. Ті сільськогосподарські підприємства, які отримують високі прибутки, можуть фінансуватися у рамках необхідних програм розвитку, наприклад, програм «зеленої скриньки» згідно вимог СОТ.

Водночас, підприємства, що знаходяться у кризовому стані повинні шукати власні шляхи виходу із складної ситуації при інформаційній та консультаційній державній підтримці. Запровадження таких методів дасть змогу стимулювати ефективне використання як власних, так і асигнованих державою коштів, а також ліквідувати чи реорганізувати підприємства з неефективним фінансовим управлінням [2].

Ідентифікація підприємств, що мають право на державну фінансову підтримку, може здійснюватись на основі оцінки їх рейтингу за інтегральним показником, який відображає здатність кожного з них окуповувати вкладені ресурси і перспективність їх економічного зростання. Для розробки моделі інтегральної оцінки та ідентифікації рейтингу сільськогосподарських підприємств застосовують метод дискримінантного аналізу, головне завдання якого зводиться до побудови оптимальної дискримінантної функції (моделі). Така модель з достатньо високим ступенем імовірності дозволяє здійснювати класифікацію підприємств за їх здатністю до окупності власних та асигнованих державою фінансових ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Закон України “Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг” станом на 12. лип. 2001 р. № 2664-III із змінами і доповненнями. Верховна Рада України. 2002. №1.
2. Дем'яненко М.Я., Алексійчук В.М., Борщ А.Г. та ін. Фінанси в період реформування агропромислового виробництва: ІАЕ УААН, 2002. 645 с.

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ У ДО- ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД: ПОДАТКОВИЙ АСПЕКТ

Барабаш Л.В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Презентована у 2020 р. стратегія економічного розвитку України на період до 2030 р. передбачала низку актуальних у довоєнних період аспектів: розвиток фінансового сектору шляхом проведення пенсійної реформи й активізацію вітчизняних фондового та страхового ринків, приватизаційної діяльності, експортних можливостей; збільшення обсягів видобутку корисних копалин; скорочення рівня регулювання бізнес-середовища; інфраструктурну розбудову аграрного сектору; формування оптимального режиму оподаткування та правового забезпечення високотехнологічних компаній; розвиток соціального, освітнього, культурного, медичного секторів [1].

Незважаючи на заявлені вектори, що передбачували податкову лібералізацію, з року в рік податковий тиск ставав жорсткішим. Бюджет 2021 р. було названо «асоціальним бюджетом оподаткування злиденності», зауваживши на високому податковому навантаженні на працю й оподаткуванні мінімальної заробітної плати [2], а в бюджеті 2022 р. дані тенденції лише посилювалися, тільки фокус змістився на підприємницьку сферу: внаслідок зростання показника мінімальної заробітної плати піднялася ставка єдиного податку та єдиного соціального внеску, а також було запроваджено ПДВ на послуги реклами у соцмережах іноземного походження за ставкою 20% [3].

Тобто фактично провадилася фіскалізація економіки шляхом підвищення рівня податкового навантаження. Хоча в умовах економічного спаду (у 2020 р. і наступних – внаслідок пандемії коронавірусу) саме оподаткування здатне стабілізувати процеси всередині держави та створити необхідне поле взаємодії на міжнародних ринках.

З початком війни економіка України значно похитнулася. І наразі у Верховній Раді презентовано новий план післявоєнної відбудови держави. Серед його пріоритетів – кандидатство, а згодом членство в Європейському Союзі; інтеграція у світову торгівлю; розширення логістичних маршрутів з європейськими країнами-партнерами; переорієнтація з експорту сировини на експорт продуктів переробки; дерегуляція та лібералізація економіки; енергетична та кліматична модернізація; долучення вітчизняних компаній і виробників до відбудови; розвиток вітчизняного військово-промислового комплексу.

Відтак можна означити податкові аспекти підтримки зазначених цілей. Перш за все, безумовною є переорієнтація податкової системи з фіскальної на регулюючу функцію. А також максимальне врахування всіх можливих факторів впливу для формування її оновленої моделі, зокрема економічних і

кон'юнктурних, що взаємодіятимуть у площині реалізації поведінково-психологічних аспектів. Саме останні здатні сприяти створенню нової моделі поведінки платників податків.

Для активізації економічної складової слід оновити систему податкового регулювання в контексті коригування системи податкових пільг, а також елементів податків. Особливо для галузей національного господарства з високим експортним потенціалом (сільське господарство, металургія тощо). Для цього необхідно диверсифікувати дані галузі, а в аграрній сфері сприяти розвитку малого та середнього підприємництва, зокрема переробного, що уможливить спрощена система пільгового оподаткування.

Окремою ціллю має стати соціалізація оподаткування – як прямого, так і непрямого. Базисом зазначеного є надання наявним соціальним показникам реальних і дієвих вимірів: формування неоподатковуваного мінімуму як фактичної величини, що не підлягає оподаткуванню, а також коригування рівня прожиткового мінімуму (з розрахунком національного споживчого кошика відповідно до актуальних на даний час потреб) та мінімальної заробітної плати тощо. Подальша умова – прогресивність оподаткування на умовах соціальної справедливості як доходів від трудової діяльності, так і в бізнес-середовищі. В останньому це уможлиблюється за рахунок зміни об'єкта оподаткування з виручки на прибуток. Щодо непрямого оподаткування, то ставки таких податків повинні варіюватися залежно від актуальності продукту (товару) для забезпечення життєдіяльності людини: товари першої необхідності – звільнити від оподаткування, предмети розкоші чи шкідливі для здоров'я (за визначенням і затвердженням переліком) – оподатковувати за максимальною ставкою.

Пріоритетність екологічності й енергоефективності економіки теж вимагає послаблень в оподаткуванні, однак недотримання чи саботування або порушення таких умов повинно мати наслідком систему жорстких штрафів.

Список використаних джерел:

1. Кабмін визначив економічні пріоритети до 2030 року. Financial Club. 06.11.2020. URL: <https://finclub.net/ua/news/kabmin-vyznachyv-ekonomichni-priorytety-do-2030-roku.html> (дата звернення 10.05.2022)
2. Мичковская Н. Бюджет-2021: такого налогообложения нищеты нет ни в одной стране мира. *КП в Украине*. 05.11.2020. URL: <https://kp.ua/economics/680669-buidzhet-2021-takoho-nalohooblozheniya-nyschety-net-ny-v-odnoi-strane-myra> (дата звернення 11.05.2022)
3. Павлиш О. Зростання податків, зарплат, тарифи і нові правила для ФОПів: що змінюється з 1 січня 2022 року. *Економічна правда*. 23.12.2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/12/23/680921/> (дата звернення 05.05.2022)
4. Післявоєнна відбудова України: у Раді презентували план. *Юридична газета online*. 02.05.2022. URL: <https://jur-gazeta.com/golovna/pislyavoenna-vidbudova-ukrayini-u-radi-prezentovali-plan.html> (дата звернення 12.05.2022)

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Власюк С.А., к.е.н., доцент

Цимбалюк Ю.А., к.е.н., доцент

Ролінський О.В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Ефективна діяльність та подальший розвиток підприємницьких структур в аграрній сфері залежить від механізму злагодженості реалізації інструментів фінансової політики, яка формується на основі фінансової діяльності потребуючи дієвого управління для досягнення основної мети господарюючого суб'єкта. Реалізація фінансової політики в аграрній сфері провадиться за допомогою фінансового механізму, який виступає як система елементів формування, залучення, нагромадження, продукування, використання фінансових ресурсів, принципів, методів та фінансово-економічних важелів і інструментів.

Основними складовими фінансового механізму підприємницьких структур в аграрній сфері виступає державна підтримка (державні програми розвитку), кредитування, інвестування та страхування [1].

В Україні фінансове забезпечення аграрної сфери залишається досить незадовільним: віддаленість населених пунктів від необхідної інфраструктури, погодні ризики, концентрація врожаю та волатильність цін збільшують кредитний ризик для кредиторів, знижуючи їх бажання щодо фінансування сектору. Технологіям оцінки ризиків часто бракує точності для оцінки інвестиційних можливостей у сільській місцевості. Фінансування сільськогосподарського сектору вимагає цілісних стратегій управління ризиками та тісної співпраці з постачальниками технологій та агробізнесом. Відсутність доступу до фінансового забезпечення унеможливорює впровадження нових технологій та підвищення ефективності діяльності.

Проте, потреба додаткового фінансування аграрної сфери, гостро постає в період посівної, а саме наразі, в умовах війни – відсутність коштів, паливо-мастильних матеріалів, добрив, блокування логістики, перебої (відсутність) з постачанням агротехніки та обладнання, призупинка експорту заблокували доступ до джерел фінансування. Зазвичай, підприємницькі структури в аграрній сфері, реалізували на експорт зібраний торік врожай, що й слугувало додатковим джерелом. Наразі, вся портова інфраструктура країни заблокована агресором.

За оцінками Мінагрополітики, загальна потреба в обігових коштах для проведення весняно-польових робіт в 2022 році складає близько 100 млрд гривень. Саме тому прийнято Постанову КМУ «Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України щодо забезпечення кредитної підтримки сільськогосподарським товаровиробникам»:

- Державні гарантії малим та середнім сільгоспвиробникам з оборотом не більше 20 млн євро в рік, що є еквівалентом господарюючого суб'єкту та оброблює до 10 000 га.

- Компенсація відсоткової ставки за залученими кредитами (тіло кредиту не перевищує 50 млн грн).

- Кредитування надається виключно для проведення сільськогосподарської діяльності (посівної) на період дії воєнного стану.

- Для отримання кредиту суб'єкт підприємницької діяльності має бути сільськогосподарським товаровиробником відповідно до Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України» (*питома вага вартості с./г. товарів/послуг становить не менше 75 % вартості всіх товарів/послуг, поставлених протягом попередніх 12 податкових періодів сукупно*).

- Термін дії кредиту становить до 6 місяців.

- Максимальний розмір державних гарантій за портфельними кредитами до 80% [2].

Зміни торкнулися і податкового законодавства для аграріїв: встановлено особливості оподаткування єдиним податком з 01.04.2022 до припинення воєнного стану (можливість не сплачувати єдиний податок платниками 1 та 2 груп; розширення кола платників спрощеної системи оподаткування – на 3 групи; збільшення для платників 3 групи межі доходу до 10 млрд грн на рік та зняття обмежень по кількості найманих працівників; збільшення кола платників, якими не сплачуватиметься земельний податок за рахунок платників податків, що перейдуть із загальної системи оподаткування на спрощену; зменшення ставки єдиного податку для платників 3 групи до 2% від доходу); встановлення ставки акцизного податку на пальне у розмірі 0 євро та 7 % ПДВ; скасування оподаткування земельним податком та орендною платою за землю з березня 2022 року до кінця року наступного, за яким скасовано воєнний стан на територіях, де ведуться бойові дії, на тимчасово окупованих територіях. На територіях, де ведуться бойові дії, на тимчасово окупованих територіях відмінено сплату мінімального податкового зобов'язання за 2022 та 2023 роки; скасовано оподаткування екологічним податком за 2022 рік. Благодійна допомога, надана учасникам бойових дій та особам, які проживають на території бойових дій, не буде оподатковуватися ПДФО. Звільнення від сплати ПДВ за товари, що були знищені під час війни, а також передані на потреби оборони та ін. Крім цього, для спрощення процедур та полегшення посівної кампанії: скасовано додаткові процедури із сертифікації насіннєвого матеріалу; дозволено експлуатацію сільгоспмашин без їх реєстрації; створено аграрну та онлайн-платформу для потреб аграріїв [3].

Отже, сучасна фінансова політика в аграрній сфері потребує подальшого розвитку, особливо в умовах воєнного стану.

Список використаних джерел

1. Танклевська Н. С., Ярмоленко В. В., Синенко О. О. Модернізація фінансового механізму у сфері регіонального агробізнесу. *Агросвіт*. 2020. № 15. С. 11–17. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.15.11
2. Лещенко Р. Уряд затвердив зміни до надання фінансової державної підтримки аграріям під час посівної. Міністерство аграрної політики та продовольства України. 13 березня 2022 року. URL : <https://minagro.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-zmini-do-nadannya-finansovoyi-derzhavnoyi-pidtrimki-agrariyam-pid-chas-posivnoyi-roman-leshchenko>
3. До уваги аграріїв! URL : <https://bashtanskaotg.gov.ua/news/do-uvagi-agrariiv-2022-03-23>

ПРОБЛЕМА ЕТИЧНОСТІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Єрмоленко О.А. к.е.н., доцент,

Доцент кафедри управління державними і корпоративними фінансами
Українського державного університету залізничного транспорту (м. Харків)

Лисьонкова Н.М. к.е.н., доцент,

Доцент кафедри управління державними і корпоративними фінансами
Українського державного університету залізничного транспорту (м. Харків)

В сучасних умовах розвитку технологій імплементація моделей штучного інтелекту виступає одним з найперспективніших напрямків розвитку фінансового сектору України. Це пов'язано з тим що невід'ємним елементом процесу цифровізації економіки є саме широке поширення штучного інтелекту. А відбувається це за рахунок того, що складні ланцюжки бізнес-процесів, які спираються на сучасні інформаційні технології, є основою глобалізації світових фінансових ринків. І за рахунок цього відкриваються нові можливості для фінансового планування, прийняття інвестиційних рішень та аналізу існуючих ризиків.

Неухильно зростаючий обсяг оцифрованих даних, який розміщують в мережі Інтернет суб'єкти економічної діяльності, для стороннього спостерігача може здатися не більш ніж масивом неструктурованої інформації, проте для нейронної мережі, яка має здатність до самонавчання та озброєної машинним навчанням, цей масив є основою для процесу фінансового планування.

На даний момент представники фінансового сектора економіки використовують штучний інтелект, як один з інноваційних підходів до прогнозування ринків цінних паперів та криптовалют, побудови моделей оцінки ризику, оцінки ймовірності настання банкрутства та оцінки майбутніх грошових потоків. Крім того досліджуються можливості застосування аналогічних моделей на макроекономічному рівні, для оцінки та

попередження системного ризику та регулювання діяльності суб'єктів економічних діяльності.

У міру в нових сферах діяльності застосування нейронних мереж, які самонавчаються, все гостріше постає питання їх етичності. Якщо система зосереджена на максимізації значення функції, виникає дилема пов'язана з тим що обрана стратегія веде до мінімізації іншого ресурсу, чия цінність може бути обумовлена людськими моральними установками та етичними принципами. Подібні уявні експерименти відкривають простір для спекуляцій на тему застосування самонавчання нейронних мереж як чорного ящика, позбавленого втручання. Навіть на рівні мікроекономічних суб'єктів та при оцінці ризиків деякі вчені висловлюють побоювання щодо допустимості застосування штучного інтелекту без необхідного нагляду за етичністю.

Зокрема, в економічному співтоваристві озвучуються побоювання щодо самої можливості системи формувати і фіксувати деякі упередженості щодо ряду атрибутів фізичної особи, які негативно корелюють з її платоспроможністю. Наприклад, такими атрибутами можуть виступати соціальна приналежність, вік або стать - такими критеріями найбільше занепокоєння суспільства, яке підняло індивідуальні атрибути особистості в авангард своєї культурної повістки. [1]

Мається на увазі, що навіть у тому випадку, якщо штучна нейронна мережа безпосередньо не отримує інформацію про соціальну приналежність конкретної фізичної особи, зіставлення інших атрибутів з представниками соціальної групи, що має високий рівень непогашених заборгованостей, може стати приводом для системи відмовити в позиції або запропонувати більш високу відсоткову ставку.

Необхідність людського втручання для оцінки ефективності та коригування роботи нейронної мережі, що самонавчається, спирається на передумову про здатність людського інтелекту обробляти великі обсяги даних без негативного впливу когнітивних спотворень.

Таким чином, дискусія про необхідність перевірки на етичність моделей штучного інтелекту, що застосовуються у фінансовому секторі, багато в чому аналогічна подібним дискусіям щодо необхідності втручання регуляторних органів у роботу суб'єктів економічної діяльності. Це пов'язано з необхідністю ретельного регламентування та контролю за елементами цифрової економіки, оскільки в умовах глобалізації, ризик системної помилки може обернутися масштабними втратами для глобального фінансового сектора.

Список використаних джерел:

1. Korinek, A. Integrating Ethical Values and Economic Value to Steer Progress in Artificial Intelligence, National Bureau of Economic Research Working Paper Series / A. Korinek. - Cambridge, 2019

БЮДЖЕТНЕ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ САДІВНИЦТВА УКРАЇНИ

Тулуш Л.Д.

завідувач відділу фінансово-кредитної та податкової політики

Радченко О.Д.

провідний науковий співробітник

відділу фінансово-кредитної та податкової політики

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Фінансування садівництва України передбачено стратегічними програмами розвитку аграрної галузі. До 2013 р. для акумуляції коштів Законом України «Про збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства» від 9.04.1999 р. №587-XIV було передбачено спеціальний податок з товарообороту, одержаного на всіх етапах реалізації алкогольних напоїв та пива, зі ставкою збору 1,5%, що підкреслює важливість цієї галузі для продовольчої безпеки. Надалі фінансування галузі здійснювалось у складі інших програм і дуже незначними обсягами. Але галузь садівництва отримала поштовх до розвитку. Зокрема, якщо у 2011 році площі для виробництва продукції садівництва становили 223,2 тис га, то у 2020 році скоротились до 191 тис га, або на 14,34%. Валові збори за цей же період залишились стабільними, чому сприяла інтенсифікація виробництва та зростання урожайності з 84,9 ц/га у 2011 році до 105,6 ц/га у 2020 році.

Наразі фінансування здійснюється відповідно до Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розвитку виноградарства, садівництва і хмелярства, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15 липня 2005 р. № 587 (зі змінами, внесеними Постановою № 98 від 09.02.2022 р.) для стимулювання збільшення площ насаджень, обсягів виробництва плодово-ягідної продукції, винограду та хмелю, нарощування потужностей із їх зберігання та переробки.

Аналіз програм підтримки галузі садівництва за останні три роки свідчить, що у Державному бюджеті на 2019 р. була передбачена програма 2801350 «Державна підтримка розвитку хмелярства, закладення молодих садів, виноградників та ягідників і нагляд за ними». За напрямом придбання садивного матеріалу плодово-ягідних культур, винограду та хмелю було виплачено 277,879 млн грн для 203 садівничих підприємств; за напрямом будівництва холодильників з регульованим газовим середовищем, придбання ліній товарної обробки плодів було виплачено 120 млн грн для 12 підприємств.

За 2020 рік за програмою було виплачено 290,037 млн. грн для 178 підприємств, кількість напрямів програми збільшилася до 5, зокрема: за придбаний садивний матеріал; за проведені роботи із спорудження шпалери і встановлення систем краплинного зрошення; за нове будівництво та реконструкцію холодильників; за придбані лінії товарної обробки плодів та ягід; за придбані техніку та обладнання. У 2021 році загальне фінансування у

обсязі 512,228 млн. грн одержали 292 господарства за тими ж напрямками, що і в 2020 році. Регіональний розподіл коштів за 2020-2021 рр. приведено на рис. 1.

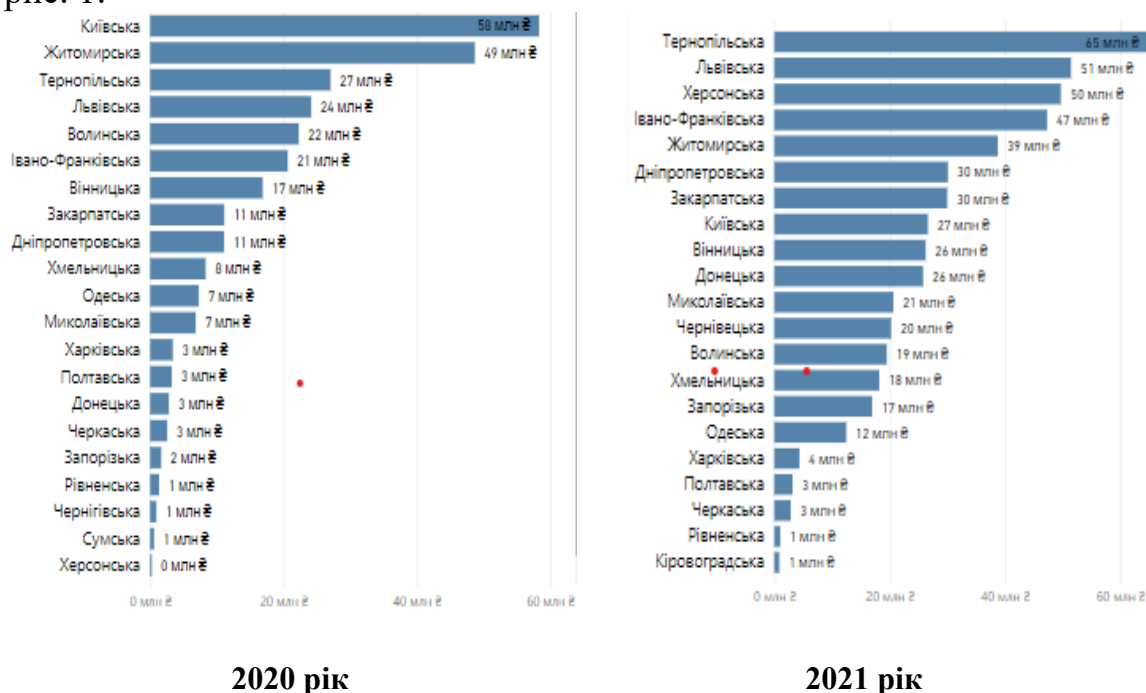


Рис. 1. Регіональний розподіл бюджетних коштів для фінансової підтримки розвитку садівництва, виноградарства та хмелярства у 2020-2021 рр.

Джерело: побудовано за даними Міністерства аграрної політики та продовольства <https://minagro.gov.ua/>

За аналізований період найбільше коштів одержали Тернопільська, Львівська, Житомирська, Івано-Франківська області. Топовими одержувачами державної підтримки у 2021 році були підприємства, які займаються садівництвом: ФГ «Гпзд» (65 млн грн), ТОВ «Енселко Агро» (56 млн грн), ТОВ «Баришівська зернова компанія» (47 млн грн), ТОВ «Пальміра грейн» (41 млн грн) та ін. (рис. 2).

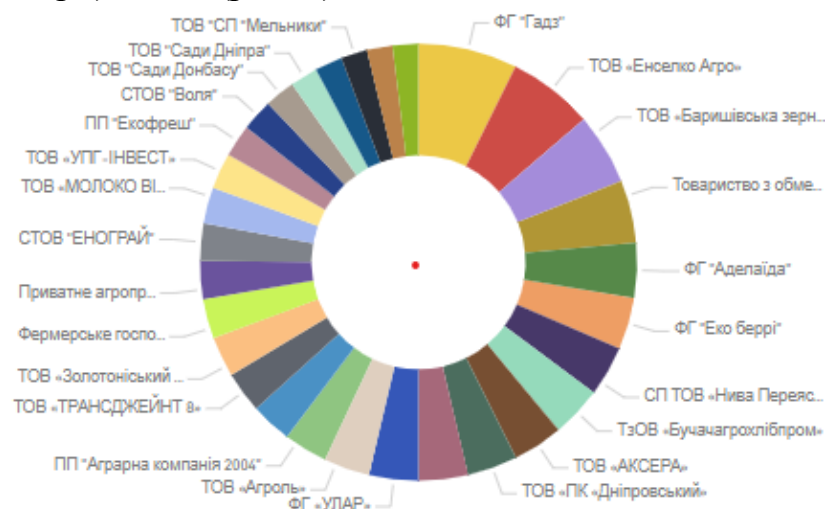


Рис. 2. Топові отримувачі бюджетних виплат на підтримку розвитку садівництва, виноградарства та хмелярства у 2021 році

Джерело: побудовано за даними Міністерства аграрної політики та продовольства <https://minagro.gov.ua/>

Таким чином, стан галузі садівництва України потребує державної підтримки, оскільки спостерігається нестабільна цінова ситуація за складовими витрат виробництва і продукції галузі. Потреби гарантування продовольчої безпеки шляхом дотримання належного рівня споживання плодів та ягід вимагають належного державного регулювання. Удосконаленню бюджетного фінансування має передувати формування стратегії розвитку галузі садівництва України з зазначенням цілей та методів їх досягнення. Баланс продукції плодів, ягід та винограду має враховувати наявний потенціал щодо забезпечення внутрішнього споживання продукції за обґрунтованими нормами, переробка з врахуванням логістичних зв'язків, а також нарощування експорту.

ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Мудрак Р.П., д.е.н.

Уманський національний університет садівництва

За період з 1996 по 2021рр. індекс споживчих цін в Україні зріс у 24,1 рази. Середньорічний темп зростання – 112,9%, що є ознакою галопуючої інфляції. Найбільш негативними наслідками галопуючої інфляції є:

1) падіння рівня життя. Особливо страждають домогосподарства із фіксованим доходом – наймані працівники, пенсіонери, ті, хто отримує державну допомогу тощо;

2) скорочення заощаджень домогосподарств. Намагаючись врятувати накопичені фінансові активи від знецінення, домогосподарства переводять бездоходні активи (готівку) та депозити у національній валюті у нерухомість, банківські метали, іноземну валюту. Це спричиняє скорочення їх попиту у майбутньому;

3) негативні інфляційні очікування. Галопуюча інфляція підриває довіру ринкових агентів до здатності національних монетарних інститутів забезпечити стабільність на грошовому ринку в майбутньому. В результаті розвиваються лише ті сектори економіки, що забезпечують швидкий оберт капіталу, насамперед торгівля. Натомість в матеріальному секторі економіки, особливо у виробництвах із тривалим періодом окупності капіталу, спостерігається зниження ділової активності;

4) скорочення інвестиційного попиту. Комерційні банки встановлюють ставки позичкового відсотку із врахуванням інфляційних ризиків, що суттєво підвищує вартість кредиту та зменшує попит на нього. Додатковим чинником зменшення інвестиційного попиту підприємців є негативні очікування щодо скорочення майбутнього кінцевого попиту;

5) негативний вплив на зовнішньоекономічні зв'язки. Хоча інфляція та девальвація – це різні економічні явища, проте часто наслідком інфляції є падіння курсу національної валюти відносно валют країн, де інфляція

відсутня чи розвивається нижчими темпами. В результаті відбувається самовідтворення інфляції - підвищуються ціни на імпорт, що зумовлює нове підвищення цін в економіці: інфляція → девальвація → інфляція. Особливо, якщо це імпорт інвестиційних товарів: нафта, газ, сільськогосподарська сировина, деталі та комплектуючі, електроенергія тощо.

Частка монетарних факторів у формуванні ІСЦ в межах аналізованого періоду не перевищувала 3%. Частка немонетарних факторів склала 81,4%. Найбільший вплив на формування ІСЦ здійснюють ціни продукції сільського господарства та тарифи на житлово-комунальні послуги – на їх частку припадає 77,4% мінливості функціональної ознаки (ІСЦ). При цьому на тарифи ЖКГ припадає понад 50% впливу. Промислові та сільськогосподарські ціни сформували майже третину варіації функціональної ознаки (ІСЦ). Виявлені зв'язки та їхня кількісна характеристика вказують на те, що в українській економіці панує інфляція витрат. Її корінними причинами стало зростання цін товарів промислового призначення, насамперед енергоносіїв.

Відновлення відкритої широкомасштабної російської військової агресії проти України стало ще одним чинником інфляції. Окупація територій, руйнування виробничих та інфраструктурних об'єктів, розрив логістичних ланцюгів, шокове зростання споживчого попиту у регіонах концентрації біженців, підвищення витрат виробництва і т.д., спричинили різкий стрибок цін на паливно-мастильні матеріали, транспортні послуги, продовольство тощо.

Відновлення відкритої фази російсько-української війни спричинило також значне недовиконання плану надходження до державного бюджету. За інформацією Міністерства фінансів України за перші 4 місяці 2022 року державний бюджет виконано з дефіцитом у сумі 146,6 млрд. грн., у тому числі загальний фонд – з дефіцитом у сумі 157,2 млрд. грн. Держава змушена вдаватися до запозичень, які за січень-квітень цього року склали 267,0 млрд. грн. або 156,2% від запланованих на цей період. Частина з них залучена за рахунок розміщення ОВДП - 143,8 млрд. грн., у тому числі в іноземній валюті 13,1 млрд. грн. (\$252,0 млн. та €182,0 млн. євро) [1].

Список використаних джерел:

1. У квітні 2022 року до загального фонду державного бюджету надійшло 76,2 млрд. грн. URL: https://mof.gov.ua/uk/news/u_kvitni_2022_roku_do_zagalnogo_fondu_derzhavno_go_biudzhetu_nadiishlo_762_mlrld_grn-3432

МІСЦЕВІ БЮДЖЕТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Пташник С.А., к.е.н, доцент

Уманський національний університет садівництва

Місцеві громади перебувають у стані війни та стикаються зі зниженням доходів, закриттям підприємств та необдуманими діями уряду. З першого дня війни функціонують 24 регіональні відділення, а Виконавча рада не припиняє роботу ні на день, незважаючи на те, що робітники обстріляні, обложені, а деякі залишилися в зоні бойових дій та тимчасово окуповані. Основне завдання – надати об’єктивну інформацію окупованим територіям і районам, де ведуться бойові дії, а звідти – отримати реальну інформацію для центральних органів влади для прийняття відповідних об’єктивних рішень.

Під час війни місцеві бюджети перебували в особливому режимі фінансування – зараз за рахунок казни фінансуються лише захищені муніципальні проекти, переважно заробітна плата. Разом ці видатки становлять 384 мільярди гривень на рік, що становить більше половини загального місцевого бюджету. Для забезпечення мінімального попиту в містах країни потрібно 32 млрд грн на місяць

На жаль, сьогодні їх немає. Це пов’язано не тільки з руйнуванням населених пунктів, виробництв і робочих місць. Парламент і Кабінет міністрів ухвалили низку законодавчих поправок, які серйозно вплинули на доходи і, таким чином, на спроможність муніципалітетів. Це різні податкові пільги, запроваджені без урахування різних типів регіонів. Наприклад, єдиний податок на доходи фізичних осіб, сплачений добровільно, зараховується до місцевого бюджету. У деяких містах це третє-четверте джерело доходу. Добровільні платежі дозволені на всій території України. Також є ситуація, коли на заході України є ресторани, магазини, салони, продажі значно вищі, тому що людей зараз більше, вони там живуть тимчасово, купують одяг, купують продукти. Але багато продавців єдиного податку не сплачують податок, тому що їм дозволено цього не робити. Зараз у цих десяти областях люди з усієї України витрачають гроші, і навіть 6500 гривень держдопомоги, але часто без сплати єдиного податку. Це цілком місцевий податок, 12-15 мільярдів гривень по країні.

Ще зрозуміло, коли не платять на території бойових дій. Але унікальна ситуація полягає в тому, що на окупованих територіях місцевий бізнес платить в український бюджет і розуміє, що якщо він не заплатить, українським збройним силам буде складніше звільнити територію, тому що їм потрібні гроші для ракет, танків, пального.

Також було заборонено продаж алкоголю. Проте алкоголь продавався без загальнодержавного акцизного податку, без місцевого акцизного податку, без податку на додану вартість, без податку на прибуток, без інших платежів відповідно. Це серйозні збитки для державного та місцевих бюджетів.

Треба дивитися у сукупності, адже є ще втрати плати за землю, податку на нерухомість тощо. Згідно з даними, втрати місцевого бюджету через зміни в податковому законодавстві оцінюються в 50-60 мільярдів гривень. Збитки явно перевищують 50 мільярдів, оскільки податкова діяльність громадян зменшується. Багато підприємств просто закриваються, не сплачуючи податки[1].

Також не варто забувати, що надали пільги з ПДВ різним суб'єктам, знову ж таки, незалежно від типу території. На увагу заслуговують житлово-комунальні послуги. Наприклад, у Чернігові, Бучі чи Києві. По-перше, вони продовжують працювати в суворих умовах. По-друге, ПДВ збільшує вартість послуг для громадян. Зараз найбільше постраждали житлово-комунальні послуги. Візьмемо, наприклад, Миколаїв. Трубопровід підірвали. Кошти на його відновлення будуть колосальними.

Крім того, є старі борги органів місцевого самоврядування перед державою. Вони були створені до 2014 року, а з 2015 року їх обіцяють списати, бо вони утворені не з вини місцевої влади, бо до 2014 року діяла система планування, яка свідомо загнала місцеву владу в борг. Відбулася фіскальна децентралізація, і ці борги довелося списати. Сума цих боргів становить майже 10 млрд грн. Це мало чи багато? Звичайно, це багато.

Але їх вартість ще більша – через їхню присутність міжнародні організації не надають муніципалітетам кредити. Коли Мінфін скасує ці борги, тоді такі муніципалітети, як Чернігів, Суми, Ахтирка, Тростянець, Буча, Ірпінь та інші, зможуть звертатися за допомогою до міжнародних фінансових організацій.

АМУ розпочав співпрацю з мерією Таллінна, вони готові, як і німці, італійці, французи, вкладати кошти у відновлення українських міст і сіл. Звичайно, є організації, які готові надати кредити. Але вартість обслуговування кредиту завжди залежить від рейтингу. Як визначається рейтинг? Це визначається минулими боргами, а у нас 10 мільярдів умовних боргів. А коли оцінять кредит, який запропонують тому ж Чернігову, то відсотки за ним із боргами будуть значно вищими. Хоча таке списання державі нічого не коштуватиме, одна проводка, взаєморозрахунки і борг списують.

З резервного фонду однозначно потрібно спрямовувати кошти на підтримку ЖКГ у муніципалітетах, інакше вони самі з цим не впораються і такі водопроводи, як у Миколаєві, будуть ремонтувати дуже довго. Прогнозуються проблеми з виплатою заробітної плати бюджетникам, тому на центральному рівні мають прийматися рішення щодо забезпечення виплат лікарям, вчителям, чиновникам. Залишається проблема з наданням фінансових ресурсів. Нині центральна влада молодці, бо вони через виплати дуже чітко демонструють, що це українські території, вони їх забезпечують. Максимально допомагає і Укрпошта. Але це стосується тільки захищених статей, а є багато видатків, які пов'язані із забезпеченням життєдіяльності громадян і це не зарплати, не захищені статті, то ж і тут потрібно

визначатися. Проблеми є, проте для їх вирішення потрібна злагожденість влади та перемоги!

Список використаних джерел

1. Місцеві бюджети через податкові пільги на час війни втратили 50-60 млрд грн - Виконавчий директор АМУ Олександр Слобожан
URL::<https://auc.org.ua/novyna/miscevi-byudzhety-cherez-podatkovy-pilgy-na-chas-viyny-vtratily-50-60-mlrd-grn-vykonavchyy>

ОСОБЛИВОСТІ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Власюк С.А., к.е.н., доцент

Заярна В.О., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва

Ринок страхування є однією із стратегічних галузей національних економік сучасності. Страхові компанії формують страхові фонди, що дозволяє акумулювати фінансові ресурси на довгостроковій основі, які можливо безпосередньо інвестувати в економіку. Розвиток страхових компаній, збільшення обсягів накопичуваних ними фінансових ресурсів є необхідними чинниками, що сприяють розвитку економіки. Для багатьох країн сучасні страхові компанії вже стали найважливішими інституційними інвесторами, які ефективно інвестують та управляють активами [1].

Зараз страховий ринок знаходиться на такому етапі свого розвитку, коли економічні та політичні кризи чинять першочерговий вплив на його функціонування. Ця здатність бути чутливими спрямовує страхові компанії к адаптації до навколишнього середовища, до розвитку та вдосконалення. Фінансова індустрія стрімко і неухильно розвивається, проникаючи в усі сфери фінансової діяльності та демонструючи клієнтам нові й зручніші фінансові послуги та інструменти [2].

Страховий ринок в Україні значно відстає від розвинених країн. Така ситуація пояснюється тим, що Україна – країна з економікою, що розвивається з такими проблемами, як низький рівень доходу населення, низький рівень розвитку бізнесу, низький рівень довіри населення до фінансових установ та інші. Регулювання страхової діяльності на законодавчому рівні можна вважати боротьбою держави за «моральну безпеку» своїх громадян.

В Україні страхова діяльність регулюється Конституцією України, Міжнародними підписаними і ратифікованими угодами, Цивільним кодексом України, законами України «Про страхування», «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів», «Про господарські товариства», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, отриманих

злочинним шляхом» та іншими, а також постановами КМУ, нормативними актами (інструкції, методики, положення, накази), котрі приймаються відомствами виконавчої влади чи спеціального назначеного органу, що здійснює нагляд за страховою діяльністю, правилами та договорами страхування [3].

Для надійності страхових компаній на законодавчому рівні встановлюються вимоги, основними з яких є:

- встановлення мінімального розміру статутного капіталу страхової компанії, яка займається видами страхування іншими, ніж страхування життя, дорівнює сумі, еквівалентній 1 млн євро, а страхової компанії, яка займається страхуванням життя, – 10 млн євро за валютним обмінним курсом валюти України;
- впровадження маржі платоспроможності на рівні 18% від суми страхових премій та 26% – від виплат за попередні 12 місяців для ризикових видів страхування, а також 5% – від загальної величини резерву довготермінових зобов'язань для страхування життя;
- видача ліцензій компаніям, які відповідають вимогам і розділення ліцензування для страхування життя та ризикових видів;
- надання права уповноваженому органу на проведення санації, ліквідації й реорганізації страхових компаній та інші [4].

Будь-яка ситуація чи кризова подія впливають на діяльність страхових компаній і повинні бути розглянуті ними для досягнення позитивного фінансового результату і захисту населення країни [2].

Наразі Україна перебуває у воєнному стані через агресивні дії російської федерації. Майже всі сфери життя з початком військових дій зіткнулися з необхідністю розв'язувати проблеми, з якими раніше не стикалися, а якщо й стикалися, то, очевидно, не в такому масштабі. Ринок страхування не є винятком.

На жаль, неминучим наслідком будь-якої війни є руйнування і збитки. Страхування, у свою чергу, є тим самим механізмом, який зазвичай призначений для забезпечення компенсації та відшкодування. Проте з будь-якого правила є винятки, а для страхування таким винятком є війна.

Звичайно, договори страхування різних страховиків мають різні положення щодо питань війни, і в кожному випадку необхідно вивчати умови конкретного договору. Але зазвичай усі вони в тій чи іншій формі містять пункти, які передбачають, що шкода, заподіяна бойовими діями, не є страховим випадком. Важливо розуміти, що ключовим фактором тут є причинно-наслідковий зв'язок між бойовими діями та пошкодженням. Тобто випадок не визнано застрахованим і відмовлено у виплаті страхового відшкодування лише на підставі того, що введено воєнний стан [5].

Страхування не становить жодного винятку в контексті форс-мажорних обставин – сторони договору страхування можуть посилатися на дію таких обставин, як на підставу звільнення їх від відповідальності за невиконання

умов договору (відповідні форс-мажорні застереження з посиланням на війну на практиці завжди включаються до договорів страхування).

Найбільші страхові компанії України з початку російського вторгнення підтвердили чинність договорів страхування та свої зобов'язання з відшкодування за страховими випадками, що, втім не скасовує означені вище винятки [6].

За даними журналу Фориншурер, у квітні на ринку небанківських фінансових послуг України нові гравці не з'явилися, а 18 учасників залишили ринок – результати ліцензування та реєстрації. Кількість учасників небанківського фінансового ринку зменшилася до 1 664 (станом на 30 квітня) з 1 682 (станом на 31 березня). Кількість банків станом на 30 квітня не змінилася і становить 69.

Упродовж квітня Національний банк не реєстрував нових учасників ринку небанківських фінансових послуг. Водночас із реєстрів примусово виключено 18 кредитних спілок.

Станом на 30 квітня на небанківському ринку працювали 132 страховики non-life (порівняно з попереднім місяцем кількість не змінилася) та 13 life-страховиків (кількість не змінилася), 197 ломбардів (кількість не змінилася), 187 кредитних спілок (було 205), 110 лізингових компаній (кількість не змінилася), 894 фінансові компанії (кількість не змінилася), 64 страхові брокери (кількість не змінилася) та 67 колекторських компаній (кількість не змінилася). Крім того, на ринку визнано 24 банківські групи та 23 небанківські фінансові групи. У квітні до Національного банку надійшло 23 запити від учасників ринку на реєстраційні та ліцензійні дії. Кількість запитів стосовно фінансових компаній, ломбардів і лізингодавців становила 8. Кількість запитів щодо страховиків – 8 [7].

Відповідно до постанов Правління НБУ від 24 лютого 2022 р. №18 та №21 розрахунки в іноземній валюті тимчасово обмежені. Національний банк рекомендує страховикам провести необхідні комунікації з іноземними брокерами та перестраховиками щодо продовження термінів оплати перестраховувальних платежів на період, доки обмеження щодо валютних розрахунків не будуть зняті.

Сам НБУ закликав іноземних перестраховиків підтримати українських страховиків. Зокрема, відстрочити сплату платежів за укладеними договорами перестрахування та продовжити надання перестраховувального захисту навіть у разі закінчення терміну дії таких договорів. Про це йдеться у відкритому листі Національного банку до іноземних перестраховиків [8].

Війна призвела до значного зниження розміру грошових надходжень страхових компаній у вигляді страхових премій. Деякі страхові компанії відзначають падіння надходжень більше ніж на половину.

При цьому продажі за окремими видами страхування в перші тижні війни навпаки відзначилися зростанням. В першу чергу мова йде про туристичне страхування (яке у разі необхідності дозволило б отримати закордоном медичну допомогу) та про міжнародну систему автомобільного

страхування «Зелена картка», що обумовлено масовим виїздом населення закордон. Навіть незважаючи на те, що Національний банк України ще 28 лютого 2022 року повідомив про можливість перетину кордону без полісу «Зелена карта» у прикордонних містах було майже неможливо придати такий поліс, з огляду на те, що у страхових компаній закінчувалися відповідні бланки. Наразі кількість від'їжджаючих закордон громадян скоротилася, а тому, відповідно, і продажі за такими видами страхування повертаються до звичних рівнів.

Наразі стан справ виглядає таким чином, що у ринку страхування навряд є підстави дивитися у найближче майбутнє із оптимізмом. Слід визнати, що страхування не є однією із ключових галузей економіки. Страхування скоріше можна розглядати як «розкіш», додатковий інструмент, який дозволяє мінімізувати ризики. А тому очевидно, що фінансові ресурси після перемоги будуть направлені на відбудову інфраструктури, житла, заводів, транспорту, а не на їх страхування. Щоб застрахувати, наприклад, майно його спочатку необхідно відбудувати або придбати. В умовах обмеженості фінансових ресурсів, грошові кошти будуть направлятися для задоволення першочергових потреб і тому питання страхування відійде на другий план, а може й далі.

Напевно виключенням можуть стати лише деякі види обов'язкового страхування, наприклад, як обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів. З огляду на обов'язковість такого страхування, рівень продажів якщо і знизиться, то все ж не так сильно як за добровільними видами страхування.

Таким чином, страхування є тією сферою підтримкою якої державі доведеться приділити особливу увагу та запровадити заходи, що дозволять підтримати галузь, наприклад, шляхом зменшення податкового навантаження або переглядом регуляторних вимог [5].

Список використаних джерел

1. Водолазька О. А. Сучасний етап розвитку страхового ринку України. Матеріали міжнар. наук. конф., м. Дніпро, 2–3 берез. 2022 р. Дніпро, 2022. С. 202–204.

URL: https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/6026/1/22_Фінанси,%20банківська%20система%20та%20страхування%20в%20Україні.pdf#page=202

2. Гнип Н., Шевченко Д. Дослідження функціонування страхового ринку України в умовах пандемії COVID-19. *Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку* : 3б. тез доп. І Міжнар. науково-практ. конф., м. Харків, 25 листоп. 2021 р. Харків, 2021. С. 35–37.

URL: [http://www.library.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/17254/5/Zbirnik%20conf%20November%2025_2021\(ver%2013_01_22\).pdf#page=35](http://www.library.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/17254/5/Zbirnik%20conf%20November%2025_2021(ver%2013_01_22).pdf#page=35)

3. Страховий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку / І. Лащик та ін. *Галицький економічний вісник*. 2020. С. 105–112. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/66/894.pdf>

4. Законодавче регулювання страхової діяльності - бібліотека buklib.net. Головна - Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/24296/>
5. Що змінюється у страхуванні в умовах воєнного стану? European Business Association. *European Business Association*. URL: <https://eba.com.ua/shho-zminyuyetsya-u-strahuvanni-v-uovah-voyennogo-stanu/>
6. Економічна правда. Страхування під час війни. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/14/685760/>
7. Кількість страховиків в Україні у квітні 2022 року склала 145 компаній. *Фориншурер – страхування в Україні. Новості страхування. Рейтинг страхових компаній*. URL: <https://forinsurer.com/news/22/05/04/41232>
8. Стан фінансово-страхового сектору України та заходи НБУ щодо підтримки роботи у воєнний час. *Фориншурер – страхування в Україні. Новості страхування. Рейтинг страхових компаній*. URL: <https://forinsurer.com/news/22/03/03/40979>

РОЗВИТОК АГРОСТРАХУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Власюк С.А., к.е.н., доцент

Хомутовська Д.А., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва

В сучасних умовах держава мобілізує усі свої можливі ресурси для перемоги над ворогом та відродження економіки. Одночасно, одним із першочергових завдань є забезпечення продовольчої безпеки країни. Від того, як пройде посівна компанія, залежить не лише продовольча безпека України, але й багатьох країн світу.

Україна входить до ТОП-5 світових експортерів продовольства, тому менше ніж за місяць весь світ відчув наслідки війни у нашій країні. Україна та росія спільно забезпечують 29% світового експорту пшениці, 19% світових поставок зерна кукурудзи та 80% світового експорту соняшникової олії. За даними Міністерства сільського господарства США, на Україну припадає 16% світового експорту кукурудзи (при цьому 30% імпорту кукурудзи до Китаю надходять з України), 12% експорту пшениці, 50% експорту соняшникової олії. Перебої з постачанням із регіону Чорного моря вплинули на загальну глобальну доступність продовольства [1].

Одним з найефективнішим способом уникнути ризик – є агрострахування, яке виступає як механізм управління сільськогосподарськими ризиками, які забезпечують часткову чи повну компенсацію суб'єктам. Агрострахування – добровільний вид страхування, а яким страховик відшкодовує фермеру збитки внаслідок загибелі майбутнього врожаю. Але якщо ще декілька місяців тому держава думала над тим, як застрахувати посіви озимих зернових від несприятливих погодних умов на період перезимівлі, закладала в бюджет додаткові видатки на держпідтримку

аграріїв у 2022 році, то зараз йдеться уже не про погоду, а про те, як забезпечити посівну в умовах, коли в Україні йде війна. Коли ворог мінує поля, коли люди і техніка знаходяться під постійною ворожою артилерією.

Переваги страхування врожаю сільськогосподарських культур і тварин:

- в разі часткової чи повної втрати врожаю можна компенсувати збитки за рахунок страхових виплат;
- страхування в сільському господарстві є відносно недорогим у порівнянні з іншими методами контролю ризиків;
- компенсація збитків дозволяє своєчасно розрахуватися з партнерами або постачальниками;
- агрострахування стимулює до використання сучасних технологій, надійних інструментів захисту врожаю;
- при виникненні страхового випадку агрострахування дозволяється повернути кредитні кошти за рахунок страхових виплат.

На даний час агрострахування – це найефективніший спосіб зберегти свій врожай.

Попри широкомасштабне вторгнення росії в Україну, яке триває вже понад 3 місяці, наші аграрії виходять в поля і розпочинають весняні роботи. Українські фермери завжди були справжніми воїнами, бо кожен сезон для них – це битва за врожай. Для цього аграрії мобілізували запаси насіння, добрив, дизельного пального, забезпечують трудові ресурси. Але якщо доведеться пересівати, то аграрії самостійно не справляться – не вистачить грошей на закупівлю ще однієї партії насіння, добрив, пального тощо. Тому для здійснення посівної у цих непростих умовах сільгоспвиробникам як ніколи раніше потрібна державна підтримка і страхування [2].

Не дивлячись на це, за даними Мінагрополітики, фермери почали сівбу ярих зернових у 21 області. На жаль, поки що неможливо провести посівну на площі 3,5 млн га сільськогосподарських земель, які тимчасово окуповані ворогом на півдні та сході України. У західних та центральних областях нашої країни відносно спокійно, тому аграрії цих регіонів зараз намагаються максимально використати свої можливості, щоб нагодувати Україну.

Уряд намагається виправити ситуацію та оперативно реагувати на виклики цієї посівної. Вже дозволено ввести в обіг бензин і дизельне паливо екологічних класів Євро-3 і Євро-4. Спрощено проходження митних процедур для постачання нафтопродуктів, скасовано акциз на пальне та знижено ставку ПДВ з 20 до 7%. Впроваджене кредитування аграріїв з обмеженням оброблюваних угідь до 10 тис. га, змінене оподаткування, згідно з яким хлібороби сплачуватимуть лише податок у розмірі 2% від обігу тощо.

Розглядаючи ефективний розвиток агрострахування необхідна всеохоплююча та неухильна участь держави в організації страхування, що може розкриватися у безпосередньому страхуванні ризиків – саме така форма страхування реалізується в Греції та на Кіпрі, а також шляхом підтримки недержавного приватного страхування – такі форми страхування подаються в Іспанії, США та Канаді.

У США постійно відбуваються природні катаклізми, які охоплюють великі території, і від них потерпає багато фермерів. Загальні збитки становлять дуже значні обсяги коштів. Наприклад, у 2018 році страхові виплати перевищили 6 млрд дол. «У США агрострахування допомагає підтримати фермерів, а також увесь ланцюжок від банків до дилерів. Це також поліпшує систему продовольчої безпеки, – наголосив Кент Ланклос. Цим ми також підтримуємо місцеву інфраструктуру та громади. Йдеться про підтримку інших бізнесів, які працюють на місцевому рівні. Багато кредиторів – банки, інші структури, кажуть, що придбання страхового полісу в агрострахуванні є необхідною передумовою в отриманні фінансування». До 1980 року система подібного страхування у США, за інформацією Кента Ланклоса, була винятково державною справою. Потім до федеральної програми агрострахування долучилися приватні страхові компанії – вони взяли за реалізацію страхових полісів. Нині у секторі працюють 16 страхових компаній [3].

Водночас вони надають консультації, реалізують освітні програми, інформують фермерів про умови придбання страхових полісів, їх особливості щодо кожної сільгоспкультури тощо. У разі настання страхових випадків компанії виконують оцінку збитку та виплачують відшкодування.

Оцінюючи ефективність американської програми, місцеві аграрії підкреслюють, що основна причина її успіху – достатньо високі субсидії виробникам. Агрострахування в США підтримує баланс інтересів усіх сторін: аграріям він гарантує надходження коштів, банкірам – повернення кредитів, взятих на сільськогосподарські потреби, державі – економічний добробут.

Отже, агрострахування має стати не лише джерелом відшкодування збитків, але й джерелом накопичень фінансових ресурсів держави, для використання мобілізованих коштів на воєнні потреби та відновлення економіки. Саме тому необхідно страхувати посіви сільськогосподарських культур (техніку, тварин) від воєнних ризиків. Якщо раніше загибель (втрата, пошкодження) застрахованого майна внаслідок впливу ядерної енергії, техногенних аварій, будь-якого забруднення або зараження навколишнього середовища; військових дій, маневрів або здійснення інших військових заходів; вилучення або знищення застрахованого майна за розпорядженням органів державної влади не вважалось страховим випадком, нині має стати основним страховим ризиком, від якого слід страхувати майно (сільськогосподарську техніку, продукцію і тварин), життя і здоров'я людей.

Список використаних джерел

1. Качмар О. Як забезпечити посівну під час війни? URL : <https://vkr.ua/publication/yak-zabezpechiti-posivnu-pid-chas-viyni>
2. Родлер С. В Україні стартувала посівна кампанія. URL : <https://zn.ua/ukr/ariculture/paljanitsja-do-peremohi.html>
3. Горда О. Агрострахування: американський досвід. Агробізнес сьогодні. URL : <http://agro-business.com.ua/agro/ahrostrakhuvannia/item/10327-ahrostrakhuvannia-amerykanskyi-dosvid.html>

ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕНЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Власюк С.А., к.е.н., доцент

Катеринич А.М., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва

Сфера діяльності вантажоперевезень безпосередньо пов'язана з транспортуванням різних вантажів. Це відноситься до виробничим і торговельним компаніям, організаціям, які надають послуги перевезень, фінансовим установам, банкам і ін. Дані напрямки пов'язані зі всілякими ризиками, які виникають в процесі перевезень: втратою майна, товарів; псування в результаті дорожньо-транспортної пригоди та іншими обставинами. Страхування вантажів забезпечить впевненість у захисті інтересів власника майна.

Розглядаючи актуальну тематику страхування вантажів в Україні, варто мати на увазі, що займатися подібними послугами можуть тільки ті страхові компанії, у яких є відповідна ліцензія. Кожна організація має свої особливості і правила, з якими необхідно досконально ознайомитися клієнту ще до укладання угоди.

Так як вантажі можуть бути різними, і перевозитися різним видом транспорту, їх класифікують на такі групи:

1. Зовнішній вигляд. Розрізняють загальні предмети перевезень, живі, сипучі, рідини і навальні.
2. Спеціальні, які припускають наявність особливого поліса страхування: культурні цінності, документи, папери, коштовності.
3. Спосіб перевезення. Сюди входить різний транспорт, який здійснює транспортування: морські і авіасудна, авто і залізничний транспорт.
4. Характер пересування. Майно можна перевозити в межах України, транзитом, також передбачає експорт та імпорт.
5. Регулярність. Послуга може бути одноразовою або виконуватися на постійній основі.

Предметом страхування виступає будь-який вантаж, що належить юридичній особі і що переміщується будь-яким видом транспорту по всьому світу [1].

Страхування вантажів - найдавніший вид страхування, що зародився в XIV ст. в Італії разом з морським страхуванням. В даний час він є одним з найважливіших видів страхування, які регулюються міжнародними правилами, оскільки перевезення часто здійснюються з країни-експортера в країну-імпортера, перетинаючи як мінімум, один кордон.

Страхування вантажів надає захист від ризиків на всіх етапах перевезення вантажів будь-якими видами транспорту від місця зберігання до місця призначення, включаючи вантаження, вивантаження, переміщення з

одного виду транспорту на інший (наприклад, з залізничного складу на морське судно).

Страховання вантажів являє собою вид майнового страхування, в якому об'єктом страхування є майнові (у тому числі фінансові) інтереси, пов'язані з володінням, користуванням, розпорядженням вантажем з моменту його відвантаження до моменту вивантаження, що передбачають обов'язки страховика по страхових виплатах у розмірі повної або часткової компенсації збитків, завданих пошкодженням чи знищенням (втратою) вантажу (товарів, багажу або інших вантажів), незалежно від способу його транспортування (табл.1).

1. Класифікація вантажів для цілей страхування

Вантажі	Особливості
Види вантажів	1. Генеральні вантажі – вантажі, які упаковані в стандартну, загальноприйнятну тару, що не вимагають особливих умов перевезення (готова продукція; машини та обладнання; електротехнічні товари; автомашини; продовольство). У цій групі можна виділити вантажі, що мають особливості перевезення: а) негабаритні установки; б) вантажі, схильні до бою і лому; в) вантажі зі специфічними фізико-хімічними властивостями (наприклад, вибухові речовини) 2. Наливні 3. Насипні 4. Навальні 5. Сільськогосподарські та інші тварини
Спеціальні види вантажів, що мають значні особливості страхування	1. Цінні вантажі - дорогоцінні метали, банківські банкноти, монети (так звані вантажі "species" - "специе") 2. Виставкові вантажі (поділяються на власне експонати та культурні цінності як вантажі, перевезені для подальшого експонування)
Спосіб транспортування (вид транспорту)	1. Наземний (автомобільний і залізничний) 2. Повітряний 3. Внутрішній водний 4. Морський 5. Змішані перевезення (з використанням декількох видів транспорту) 6. Поштові відправлення
Характер транспортування по відношенню до території країни	1. Експортна 2. Імпортна 3. Транзитна 4. Внутрішня
Періодичність транспортування	1. Разова 2. Багаторазова (циклічна)
Знаходження в дорозі	1. Перевезення 2. Зберігання (перед відправкою вантажу в проміжному пункті, після прибуття; зазвичай на термін до 30-60 днів)

При складанні договору страхування страхувальник і страховик насамперед визначають страховий інтерес, якийсь у схоронності вантажу можуть мати такі сторони: власник вантажу (вантажовідправник, вантажоодержувач); експедитор; перевізник.

Ці суб'єкти можуть мати законний інтерес в цілості одного і того ж вантажу на різних моментах його транспортування. Страхувальником за договором страхування вантажів є особа, яка сплачує страхову премію[2].

З початком російського вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року того ж дня в Україні був введений воєнний стан. Правовий режим воєнного стану передбачає можливість обмеження конституційних прав і свобод людини та громадянина, прав і законних інтересів юридичних осіб. Війна в Україні належить до форс-мажорних обставин (обставин непереборної сили), що окремо засвідчила Торгово-промислова палата.

Страхування не становить жодного винятку в контексті форс-мажорних обставин – сторони договору страхування можуть посилатися на дію таких обставин, як на підставу звільнення їх від відповідальності за невиконання умов договору (відповідні форс-мажорні застереження з посиланням на війну на практиці завжди включаються до договорів страхування).

Проте, нагадуємо, що:

- дія форс-мажорних обставин не звільняє сторону від обов'язку за договором, а лише є легітимною підставою відстрочити виконання такого обов'язку до закінчення їх дії та не понести відповідальності за таке прострочення (у вигляді штрафних санкцій);
- лише факт проведення бойових дій чи запровадження обмежень воєнного часу не звільняє сторону від відповідальності, якщо такі обставини прямо не перешкоджають особі фізично чи юридично виконати конкретний обов'язок за договором (наприклад, сплатити кошти).

Саме за таких обставин, до прикладу, страховик може затримати страхову виплату (з дотримання процедури повідомлення про форс-мажор і його підтвердження), але муситиме здійснити її, коли дія обставин форс-мажору на нього припиниться.

Частина 1 статті 991 Цивільного кодексу та частина 1 статті 26 Закону "Про страхування" передбачає низку випадків, коли страховик має право відмовитися від здійснення страхової виплати.

При цьому цей перелік не є вичерпним, а договором можуть бути передбачені і інші підстави для відмови здійснити страхову виплату, якщо це не суперечить закону. На практиці страховики включають до правил страхування додаткові підстави для відмови у здійсненні страхової виплати, зокрема, пов'язані з війною.

Так, страховики наперед відмовляються покривати ризики спричинення збитків унаслідок бойових дій – наприклад, якщо застраховане майно було пошкоджено чи знищено через бойові дії (влучанням куль, снарядів тощо) така шкода не покривається страховиком.

Страховання від воєнних ризиків існує як окремий продукт на ринку, але через надмірну вартість в останні роки не є поширеним. З 2014 року страховики включають до договорів ще одне "воєнне" застереження – договори страхування як правило не діють на території проведення бойових дій і на окупованих територіях України. Це означає, що жодні випадки (як спричинені бойовими діями, так і незалежні від них) не визнаються страховими, якщо відбулися в зоні бойових дій чи на непідконтрольній уряду території.

До 24 лютого 2022 року для визначення відповідних територій страховики керувалися розпорядженням КабМіну, яким затверджено перелік населених пунктів, на території яких органи державної влади тимчасово не здійснюють свої повноваження, та перелік населених пунктів, що розташовані на лінії зіткнення.

Натомість у контексті повномасштабної російської агресії проти України з 24 лютого 2022 року такі "територіальні" винятки в договорах страхування є доволі суперечливими, оскільки бойові дії не є локалізованими, а чіткий нормативний перелік адміністративно-територіальних одиниць, на яких тривають бойові зіткнення, наразі відсутній[3].

Список використаних джерел

1. Страхування вантажів в Україні: основні правила. Страхова компанія «UPSK». URL: <https://upsk.com.ua/about/news/all/strahyvannya-vantagiv-v-ukrayini-osnovni-pravila/#:~:text=Сфера%20діяльності%20вантажоперевезень%20безпосередньо%20пов,фінансовим%20установам%20С%20банкам%20і%20ін>

2. Страхування вантажів. URL: https://stud.com.ua/8545/strahova_sprava/strahuvannya_vantazhiv

3. Страхування під час війни. Що змінюється у страхуванні з введенням воєнного стану? - *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/14/685760/>

ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Власюк С.А., к.е.н., доцент

Андрусішина Т.В., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва

Нині користується попитом туристичне страхування, оскільки за останній рік спостерігається потік збільшення кількості громадян, які виїжджають за кордон. Причина такого росту у сфері туризму насамперед пов'язана із зміною способу життя вітчизняних громадян, суттєвим збільшенням кількості закордонних поїздок і прийняттям безвізового режиму. На тлі загального згортання ринків фінансових послуг аналіз

сучасних тенденцій та виявлення причин специфічної динаміки страхування у сфері туризму набуває особливої актуальності.

Показники в'їзного та внутрішнього туризму в Україні мали позитивну динаміку до зростання, в результаті чого розвивалися відповідні види туристичного страхування в Україні. Внаслідок пандемії COVID-19 у 2020 році туристична галузь та страхування туристичних ризиків різко скоротилося і лише в середині 2021 році відновилося зростання в цій галузі, а туристичні ризики життю і здоров'ю подорожуючих при цьому суттєво підвищилися, що модернізує проблематику дослідження страхування в туризмі.

Згідно зі ст.16 Закону України «Про туризм», страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) при здійсненні туристичних поїздок є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками [1]. Туристичне страхування є особливим засобом господарсько-правового регулювання туристичної діяльності, спрямованим на захист усіх суб'єктів туристичної діяльності, до яких зараховують не лише туристів, туроператорів і турагентів, а й інших учасників туристичних відносин [2]. Страхування в туризмі – це система відносин між страховою компанією і туристом по захисту його життя і здоров'я та майнових інтересів при настанні страхових випадків. Основні складові вартості страхового поліса – це: тривалість поїздки, територія дії поліса, набір ризиків і розмір страхової суми, вік застрахованої особи, ступень активності туриста під час подорожі [3].

Страхування туристів та туристичних організацій можна поділити на особисте страхування туристів, майнове страхування туристів та страхування відповідальності туристичних організацій. Особливості страхування в туризмі стосуються безпосередньо страхування туристів. Застосовуються наступні види страхування: медичне; від нещасного випадку; майнове; на випадок затримки транспорту; витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздки; асистанс; страхування відповідальності власника автотранспортних засобів та інші [4]. Найбільш популярні види страхування, що поширені на ринку надання туристичних послуг представлені на рис. 1.

Одним із основних видів страхування в туризмі є медичне страхування, яке переважно покриває всі витрати на медичні послуги, послуги стаціонарного лікування, перевезення машиною швидкої допомоги, придбання ліків, догляд за хворим, а у випадку смерті за кордоном-транспортування тіла на батьківщину. Не менш важливим є страхування від нещасних випадків. Страховим випадком визнаються: смерть застрахованого, що настала у результаті нещасного випадку, який стався із застрахованим під час дії договору страхування; інвалідність, одержана в результаті нещасного випадку; часткова втрата працездатності у результаті нещасного випадку, який мав місце під час дії договору страхування [6].

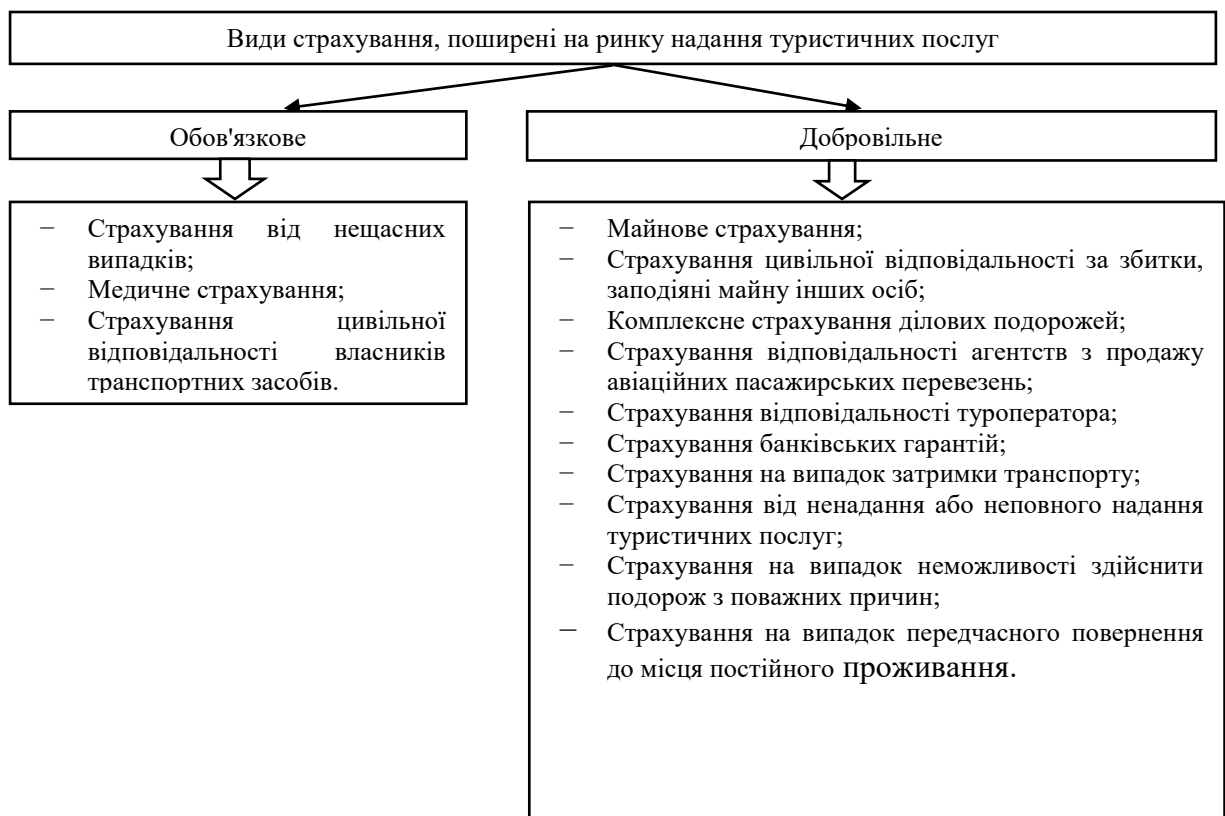


Рис. 1. Види страхування, поширені на ринку надання туристичних послуг
Джерело: [5]

Особливим видом страхування є асистанс. Він забезпечує туристів або спеціалістів, відряджених за кордон, допомогою на місці в технічній, грошовій або іншій формі. Асистанс – це перелік послуг, які надаються в необхідний момент в натурально-речовій формі або у вигляді грошових коштів через технічне, медичне і фінансове сприяння.

Об'єктом страхування відповідальності власників автотранспорту є громадянська відповідальність за спричинення шкоди іншим особам при дорожньо-транспортній пригоді. Завдані матеріальні збитки та витрати, зумовлені нанесенням тілесних пошкоджень потерпілим громадянам, підлягають відшкодуванню страховою компанією. В міжнародній страховій діяльності страхування відповідальності власників автотранспорту відоме під назвою «зелена картка» [7].

«Зелена картка» – це система міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника. Свою назву вона отримала за кольором і формою страхового полісу. Система «зелена картка» створена в 1949 році і гарантує вільне пересування транспортних засобів у межах кордонів 32 держав [8, с. 46].

Туристичне страхування приваблює для страхових зловживань. Страхове шахрайство – це протиправна поведінка суб'єктів договорів страхування. Шахрайські дії в страхуванні різноманітні. Їх можна поділити на дві групи. До першої можна віднести страхову діяльність фірм, створених з порушенням діючого законодавства. Шахрайські дії другої групи пов'язані з видачею туристам фальшивих страхових полісів. Лише від махінацій з

полісами «Зелена карта» страхові компанії України щорічно зазнають збитків на суму 2 млн. грн. [9, с.46].

Небезпека шахрайства є і з боку страхувальників. Це здебільшого фальсифікація настання страхового випадку, завищені вимоги до відшкодування збитків. Захистити права страховиків і страхувальників можна через суд, а при наявності ознак злочину – через органи внутрішніх справ. У табл. 1 наведено рейтинг страхових компаній по добровільному страхуванню туристів за 2021 рік.

Таблиця 1

Рейтинг страхових компаній по добровільному страхуванню туристів за 2021 рік

Страхові компанії	Премії, тис. грн	Виплати, тис. грн	Рівень виплат, %
PZU Україна	267640	64744	24.19
ERV	205824	75128	36.5
КНЯЖА	172196	10554	6.13
ГАРДІАН	158602	1360	0.86
ВУСО	156702	40839	26.06
ТАС СГ	90500	21278	23.51
УКРФІНСТРАХ	66476	38000	57.16
Провідна	58299	6455	11.07
АХА Страхування	49171	20216	41.11
Універсальна	47149	8563	18.16
ПЕРША	32685	7637	23.37

*Джерело: [10]

За результатами проведених досліджень щодо туристичного страхування, варто визначити найбільших страховиків у сфері туризму: ВУСО, де сума страхових премій станом на 2020 р. сягає 175 042 тис. грн., PZU Україна – 140 524 тис. грн., Європейське туристичне страхування – 121 027 тис. грн., ТАС СГ – 84 125 тис. грн., ГАРДІАН – 74 549 тис. грн., КНЯЖА – 71 454 тис. грн., УКРФІНСТРАХ – 26 842 тис. грн., ПРОВІДНА – 34 853 тис. грн., АХА – 28 889 тис. грн., ПЕРША – 26 916., УКРФІНСТРАХ – 19 707., Універсальна – 15383. Але не дивлячись на високий рівень страхових премій, найбільше страхових виплат має Європейське туристичне страхування у розмірі 57 929 тис. грн., потім ВУСО – 42 427 тис. грн. і PZU Україна – 40 060 тис. грн. Рівень виплат у відсотковому співвідношенні найбільший має АХА Страхування – 54,11% [10].

Найбільш близькою для України щодо запозичення туристичного досвіду є Польща, яка володіє також, як Україна, туристичними ресурсами всіх видів. Разом з Польщею Україна проводила Європейський чемпіонат з футболу «Євро-2012», тому є позитивний досвід туристичного співробітництва з сусідньою країною, досвід якої щодо розвитку та надання переваги потенціалу внутрішньому туризму можна перейняти Україні. Польща входить до десятки найбільш відвідуваних країн в'їзними туристами. На польських курортах створені сприятливі умови для лікування і відпочинку. Польща проводить ефективну державну політику у сфері туризму, має дієві механізми її реалізації [11].

Особливий вплив на туристичну політику Франції має принцип децентралізації. Делегування повноважень органам місцевого самоврядування, підтримка місцевих ініціатив, розвиток усіх форм соціального туризму, принцип всебічної співпраці між владою, територіальними громадами та підприємцями в галузі туризму [12].

Основними перевагами Італії є відмінна туристична інфраструктура, а також велика кількість природних і культурних об'єктів світового значення, міжнародних виставок та ярмарок.

Японія є унікальною країною у світі не тільки завдяки особливостям географічного положення та високим темпам економічного розвитку, вона також є яскравим прикладом у сфері державного управління туристичною галуззю. Державне управління туристичною галуззю в Японії є одним із найуспішніших зарубіжних практик у вказаній сфері. Воно направлене на підвищення стандартів якості обслуговування та безпеки в сфері туризму. Основний Закон Японії «Про туризм» є важливим фактором формування та покращення територіальної структури, регіонального розвитку туризму.

Туристичний досвід Іспанії та Німеччини – це традиційні туристичні райони світового рівня, індустрія туризму яких пропонує високоякісний і різнохарактерний туристичний продукт – від пляжно-купального відпочинку і гірськолижного туризму до паломництва й екологічних турів.

Отже, страхування в туризмі – це нова галузь для України, яка може розвиватись тільки в умовах стабільної економіки. Страхування туризму відіграє значну роль для покупців та продавців туристичних послуг, оскільки воно забезпечує нормальне функціонування суб'єктів туристичного ринку, сприяє вирівнюванню фінансових витрат та регулюванню грошового обороту в країні.

Основною причиною зростання страхування в сфері туризму у сучасний період часу є його тісний взаємозв'язок із ринком туристичних послуг. Важливим елементом комплексної туристичної послуги є страхування потенційного споживача від нещасних випадків на період подорожі та відпочинку, в страховий пакет потрібно включити відшкодування на лікування, ліквідацію наслідків від нещасних випадків та втрати особистого багажу та ін.

Загальною світовою тенденцією є сприяння розвитку туристичної галузі та формуванню туристичного потенціалу країни, створення ефективних державно-управлінських інституцій, до компетенції яких належить туристична галузь, надання значної інвестиційної допомоги для формування туристичного потенціалу та сприяння розвитку основних туристичних регіонів держав.

Список використаних джерел

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № N 325/95 (із змінами і доповненнями).
2. Туристичне страхування. URL: <https://uz.ligazakon.ua>

3. Грабчук О. М. Особливості розвитку страхування туризму в Україні / *Інвестиції: 24 практика та досвід*. 2015. № 7. С. 1–5.
4. Особливості страхування в туризмі страхування. URL: <http://library.if.ua>
5. Бодня А. В., Іванченко М. А., Пономарьова О. Б. Визначення проблем страхового ринку та їх вирішення / Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. №5. С. 814–817.
6. Страхування: практикум: навч. посіб. / за ред. Д. Базилевича. Київ : Знання, 2011. 607 с.
7. Visa Gellery. URL: <http://www.visagallery.com/>
8. Александрова М.М. Страхування: ЦУЛ. 2007. 208 с.
9. Зубарєв В. Страхове шахрайство та як з ним боротися // *Посередник*. 2004. № 16 – 20 квітня. С. 46.
10. Офіційний сайт «Фориншурер». URL: <http://forinsurer.com>
11. Трегуб Г. Як Польща розвиває туризм. *Журнал «Український тиждень»*. 2017. № 31 (507). URL: <https://tyzhden.ua/World/197523>
12. Алексєєва Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.02 / ОРІДУ НАДУ. Одеса, 2005. 20 с.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Боровік Л.В., д.е.н.
ХНТУ, м. Херсон

Цифрова трансформація зачепила практично всі сфери світової економіки, істотно посиливши рівень конкуренції на ринку фінансових послуг. В роботі розглянуто тенденції розвитку цифровізації та банківських установ у світі та в Україні, проведено порівняльний аналіз тарифної політики українських необанків. Серед основних проблем та ризиків, що уповільнюють розвиток цифрового банкінгу, зазначені: висока вартість цифрової трансформації; застаріле законодавство; наявність цифрового розриву; скорочення робочих місць; посилення нерівності на ринку праці; зростання обсягів нелегальних фінансових потоків; зростання кіберрисків.

Світова економіка вступила в активну фазу цифрової трансформації, націленої на прискорення економічного зростання, підвищення продуктивності праці та створення нових сфер діяльності. Очікується, що обсяги цифрової економіки до 2025 р. досягнуть 23 трлн дол. (або 23,3% від світового ВВП) [1]. При цьому величезна роль у розвитку економік різних країн у найближчому майбутньому відводиться цифровому банкінгу, що служить мостом між вкладниками і кредиторами у сфері грошового обігу. Так, постійно мінливі потреби клієнтів на тлі швидкого зростання фінансових технологій змушують банківські установи з традиційною

моделлю ведення бізнесу адаптуватися до нових умов цифрової економіки та активно впроваджувати інновації для забезпечення своєї конкурентоспроможності.

Сьогодні в Україні запущено чотири цифрові банки (необанки, банки без відділень), створені за принципом «банку в банку», тобто незалежної структури, що розвиває цифрові продукти під окремим брендом. В тому числі: O.Bank («Ідея Банк»), «Монобанк (Universal Bank), «Тодобанк» (АТ «Мегабанк»), Izibank (Universal Bank).

Що стосується мобільних додатків, то, за даними Мінфіну, в даний час вони представлені в 39 банках з 76, послуги яких працюють як на Android, так і на iOS [2].

Розвиток цифрових банків має низку переваг як самого банку, так його клієнтів. Позитивними сторонами для клієнтів при використанні послуг цифрового банку є отримання доступу до фінансових ресурсів, економія часу та скорочення транзакційних витрат. Серед ключових переваг для банків виділимо підвищення рентабельності операційної діяльності та розширення клієнтського портфеля.

Як основний недолік цифрової трансформації більшість керівників банків відзначають її дорожнечу. Витрати банків на ІТ у середньому розподіляються таким чином: 60,3% ІТ-бюджету спрямовані на підтримку наявної інфраструктури; 18,7% – на розвиток нової інфраструктури програмного забезпечення; 14,1% - на нову апаратну інфраструктуру; 6,9% – на стратегію, розвиток бізнес-процесів і планування. Так, за даними агентства «Ернст енд Янг», ІТ-бюджет середнього банку знаходився в межах 10–15 млн. грн. (400-600 тис. дол. США), суми якого недостатньо для просування цифрової трансформації, якщо більше 60% йде на підтримку наявної ІТ-інфраструктури [3]. Ще однією суттєвою проблемою, що гальмує розвиток цифрового банкінгу в Україні, є високий рівень бідності в країні. Коли понад дві третини зарплати витрачається на харчування, то прогнозувати зростання обсягу транзакцій і функціональності цифрового банкінгу стає скрутним [4].

Серед ключових ризиків, що виникають у розвитку цифрових банків, відзначимо ризики втрати особистих даних, ризики шахрайства, технологічні та операційні ризики [5].

Висновки з цього дослідження та перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Підсумовуючи, зазначимо, що цифровий банкінг завдяки прийняттю державою курсу на розвиток цифрової економіки та суспільства та технологічної готовності України найближчим часом має шанси на активний розвиток. У той самий час зниження рівня негативних наслідків цього процесу необхідно вирішити ряд завдань. Насамперед основну увагу необхідно приділити вдосконаленню систем захисту банків від кіберрисків. Це можливо за рахунок збільшення фінансування проектів, що стосуються сфери Інтернет-безпеки, а також посилення відповідальності з боку держави за порушення у сфері інформаційної безпеки. Понад те, використання послуг

страхових компаній страхування ІТ-ризиків також має стати пріоритетним напрямом банків під час управління кіберрисками. Водночас скорочення цифрового розриву потребує забезпечення рівного доступу до Інтернету в усіх регіонах України, підвищення рівня грамотності користування мобільними пристроями та Інтернетом у дорослого населення, спрощення інтерфейсів програм для користування фінансовими послугами у банках за допомогою Інтернету.

Список використаних джерел:

1. Zhang W., Suo S., Yang Y., Yang S. Future of Data Infrastructure. IDC. URL: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=CHE46780120>
2. Писарев А. Освоили технологии. URL: <https://minfin.com.ua/2019/10/18/39314319>.
3. Опитування українських банків та фінтех-компаній – 2019. URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/12/FinTech-Survey-Report_UKR_12-12-2019.pdf
4. Андреева А. Уровень бедности в Украине вырастет до 45% – Минсоцполитики. URL: <https://finance.liga.net/ekonomika/novosti/uroven-bednosti-v-ukraine-vyrastet-do-45-minsotspolitiki>
5. Natalia V Trusova, Viktor P Synchak, Liubov V Borovik, Serhii V Kostornoi, Iryna O Chkan, Iryna V Forkun. Fiscal policy in a decentralized space of the financial system of Ukraine. International Journal of Criminology and Sociology. 2020. №9. С. 2891-2904.

ІННОВАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР АВТОТРАНСПОРТНОГО СТРАХУВАННЯ

Мальований М.І. , д.е.н., професор

Лиса Н.В., к.е.н., доцент

Улянич Ю.В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Інноваційний характер особливо притаманний розвитку автотранспортного страхування як одному з найбільш соціально необхідних та технологічних видів страхування. На впровадження інновацій у сферу автотранспортного страхування впливають соціальні, технологічні, економічні та ринкові чинники (табл. 1).

Аналізуючи сучасні особливості автотранспортного страхування, слід зазначити, що з 2018 р. замість звичного паперового поліса стало можливим укладення договору в електронній формі. Простий інтерфейс з безліччю схем і підказок допоможе кожному водієві швидко врегулювати ДТП і уникнути заторів на дорогах (табл. 2).

Таблиця 1

Класифікація чинників впливу на впровадження інновацій в автотранспортному страхуванні, [1]

Чинники	Характеристика
Соціальні	Суспільство потребує підвищення ефективності механізму захисту майнових прав юридичних та фізичних осіб, наявності безумовного гарантування страхових виплат за договорами автотранспортного страхування, страхового покриття для всіх його суб'єктів незалежно від договірних відносин із страховиком. Ускладнює проблему значна збитковість цього виду страхування та важкість наслідків для потерпілих осіб за результатами ДТП
Технологічні	Розвиток автомобільної індустрії, фінансових, інформаційних та цифрових технологій вимагає від учасників ринку АТС створення відповідних інноваційних страхових продуктів, сервісів та адаптації своїх бізнес-процесів
Економічні	Запровадження інновацій в автотранспортному страхуванні сприяє: - мінімізації затрат страховиків на здійснення страхової діяльності; - зниженню вартості страхування для споживачів; - підвищенню рентабельності діяльності страховика та його стабільності
Ринкові	Інновації як інструмент конкурентної боротьби сприяють впровадженню на страховому ринку нових продуктів та послуг. Це приводить до підвищення якості страхових послуг та до максимального задоволення потреб споживача у страховому захисті

Таблиця 2

Переваги та недоліки різних форм полісу автострахування, [2]

Форма	Електронний поліс	Паперовий поліс
Переваги	Підвищення якості послуг	Доступність
	Економія часу	
	Зменшення витрат на документообіг та звітність	
	Зниження шахрайства	
	Зменшення вартості полісу	
	Інструмент контролю страховиків-членів МТСБУ	
Недоліки	Додаткові інвестиції (на навчання персоналу, обладнання робочих місць)	Висока вартість (значні витрати на виготовлення бланків, зберігання, утилізацію та ін.)
	Демпінг страхових компаній	Значна трудомісткість (облік бланків)
	Необізнаність населення	Викривлення даних недобросовісних агентів та страховиків
		Можливість пошкодження або втрати

Для більшості страхувальників етап урегулювання претензій у разі настання страхового випадку є вирішальним у відносинах зі страховою

компанією і нерідко стає приводом до подання скарги. Найбільша частка скарг надходить у зв'язку зі зволіканням з виплатою страхового відшкодування та порушенням строків виплати.

Наведемо такі дані: впродовж 2020 та 2021 років 49,1% від загальної кількості вимог потерпілих в ДТП за майновими збитками були врегульовані з терміном до 90 днів; 21,2 % – від 91 до 120 днів; 29,7 % – понад 120 днів. У країнах ЄС середній строк виплат за майновими збитками коливається від 15 до 30 днів.

Тож, система врегулювання збитків теж потребує значних змін, які дадуть змогу скоротити термін виплат та відновити довіру громадян до страхування. Це можливо через упровадження системи мотивованого інвестування страховиками у якість послуг.

Список використаних джерел:

1. Інтернет-журнал «Insurance Top» URL: <http://insurancetop.com/top> (дата звернення: 05.04.2022р.).

2. Мельничук Н. Ю., Залюбовська С.С., Колупаєв Ю.Б. Страховий ринок України: стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2020. С. 81–90.

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ

Непочатенко О.О., д.е.н., професор

Прокопчук О.Т., д.е.н., доцент,

Уманський національний університет садівництва

Війна, що наразі має місце в Україні, зумовлює суттєві руйнівні наслідки, завдаючи шкоди майновому та інфраструктурному комплексу, викликає явища кризового характеру в економіці в цілому.

Відповідно, цілком логічним постає прагнення страхувальників (як фізичних, так і юридичних осіб) завчасно уникнути збитків, заподіяних внаслідок дії сторонніх обставин, до числа яких відноситься й війна. Саме страхування, ключовим завданням якого є формування ефективної системи страхового захисту, особливо на фоні сьогочасної нестабільності в Україні, традиційно належить до універсальних інструментів мінімізації ризиків.

Особливості дії страхових угод за умов воєнного стану

Початок російського вторгнення на територію України (24.02.2022 р.) супроводжувався відповідно введенням воєнного стану в країні. Його правовий режим відображає можливість обмеження конституційних прав й свобод як людини та громадянина, так і прав та законних інтересів юридичних осіб. При цьому факт запровадження воєнного стану не впливає на чинність будь-яких правочинів, у тому числі страхових угод – відповідно усі права й зобов'язання сторін залишаються чинними [1].

Війна як підстава для невиконання обов'язків сторонами страхової угоди

Війна в Україні формує обставин, що належать до форс-мажорних (обставин непереборної сили), що окремо засвідчила Торгово-промислова палата України. Страхування не становить виняток у даному контексті – сторони страхової угоди мають право посилалися на дію означених обставин, як на підставу звільнення їх від відповідальності за невиконання умов останньої (відповідні форс-мажорні застереження з посиланням на війну на практиці завжди включаються до страхових угод) [2].

Водночас, в даному контексті слід зауважити, що:

- ✓ дія форс-мажорних обставин не звільняє сторони від обов’язків за угодою, а лише є легітимною підставою щодо відстрочення виконання означених обов’язків до закінчення її дії;

- ✓ лише факт проведення бойових дій чи запровадження обмежень воєнного часу не звільняє сторони від відповідальності, якщо такі обставини прямо не перешкоджають особі фізично чи юридично виконати конкретний обов’язок за угодою (наприклад, розрахуватися за зобов’язаннями) [2].

Саме відповідно до означених обставин, до прикладу, страховик може затримати виплату страхового відшкодування (з дотриманням умов процедури сповіщення щодо форс-мажору і, відповідно, його підтвердження), водночас зобов’язаний здійснити її, у разі припинення дії обставин форс-мажору.

Випадки відмови страховиком у виплаті страхового відшкодування

Цивільним кодексом (частина 1 статті 991) [1] та Законом України «Про страхування» (частина 1 статті 26) [2] означено сукупність випадків, за яких страховик має право відмовитися від здійснення страхової виплати. При цьому слід зауважити, що зазначений перелік не є вичерпним, а угодою можуть бути передбачені й інші підстави для відмови здійснення страхової виплати, якщо це не суперечить законодавству.

Практика є такою, що страховики включають до правил страхування додаткові підстави для відмови у здійсненні страхової виплати, зокрема, пов’язані з війною. Так, страховики завчасно відмовляються покривати ризики спричинення збитків унаслідок бойових дій – наприклад, якщо застраховане майно було пошкоджено чи знищено через бойові дії (влучанням куль, снарядів тощо) така шкода не покривається страховиком [3].

Доцільно звернути увагу, що на вітчизняному страховому ринку «страхування від воєнних ризиків» доповнює продуктову лінійку пропонованих страхових продуктів, однак не користується особливою популярністю в останні роки через надмірну вартість.

Позиція страховиків і регулятора

Слід зазначити, що ключові «гравці» вітчизняного страхового ринку з початку російського вторгнення підтвердили чинність страхових угод та свої зобов’язання за ними.

Національний банк України, як регулятор на ринку страхових послуг (27.02.2022 року) рекомендував страховим організаціям спростити процедуру

врегулювання випадків, що мають ознаки страхових, шляхом максимального використання електронних документів та їх копій у разі неможливості або ускладненої можливості отримання відповідних оригіналів, а також максимально використовувати усю сукупність новочасних засобів дистанційного врегулювання випадків страхового характеру.

У цьому контексті доцільно зауважити, що серед спрощених процедур уже давно доступною страхувальникам є, зокрема складення «європротоколу» за так званою «автоцивілкою» [3].

Окрім цього, регулятор утримується від проведення інспекційних перевірок суб'єктного складу страхового ринку та продовжить терміни подання останніми річної фінансової звітності.

Підсумовуючи варто зазначити, що страхові угоди є чинними незалежно від обставин введення в Україні воєнного стану, зі стандартними форс-мажорними застереженнями, практика застосування яких є поширеною й в інших видах угод. Водночас, як правило, страховики не покривають «воєнні» ризики та відповідно виключають зони бойових дій й неконтрольовані урядом терени зі страхової практики. Як наслідок, невизначеність таких зон й територій може слугувати підставою для суперечок зі страховиками, що наразі вимагає завчасної комунікації між сторонами щодо означеного питання.

Список використаних джерел:

1. Цивільний кодекс України, документ № 435-IV. URL: [//https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text) (дата звернення: 02.05.2022).
2. Про страхування: закон України від 07.03.1996 р. №1255 URL: [//http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96) (дата звернення: 02.05.2022).
3. Прокопчук О.Т. Розвиток українського ринку страхових послуг в контексті забезпечення економічної безпеки країни. *Збірник праць Уманського національного університету садівництва*. Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: Видавництво «Сочінський М.М.». 2019, Вип. 94. Ч. 2: Економічні науки. С. 69-85. DOI 10.31395/2415-8240-2019-94-2-69-85.

СЕКЦІЯ 2. РОЛЬ ТА МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕФЕКТИВНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ РИБИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Корман І.І., к.е.н, доцент

Уманський національний університет садівництва

Риба та морепродукти є важливою складовою продовольчої безпеки кожної країни. На початок 2022 року асортимент риби на споживчому ринку України був досить великий та різноманітний. За останні 11 років фактичний рівень споживання риби в Україні був значно нижчий рекомендованого обсягу. У 2021 році цей показник становив 13,7 кг на душу населення [1].

Починаючи з 1995 року добування водних біоресурсів в Україні щороку зменшувалося. У 2021 році загальний обсяг добування (вилову) риби та інших водних біоресурсів підприємствами рибної галузі України склав 73,7 тис тонн, що в 5,4 рази менше, ніж у 1995 році [2]. Значне зменшення обсягів вилову водних біоресурсів в Азовському і Чорному морях було пов'язано з анексією Криму.

До початку активної фази військових дій в Україні активно розвивалася рибопереробна галузь, особливо у сегменті виробництва рибного філе, консервів та пресервів, заморожених напівфабрикатів. Значна частина такої продукції вироблялася з імпоротної сировини та постачалася на ринки інших країн.

За даними Асоціації «Українських імпортерів риби та морепродуктів» частка власної продукції в загальному обсязі рибної продукції та морепродуктів становить близько 20%, імпорт – близько 80% [3].

У загальній структурі зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією питома вага вартості експорту риби, рибної продукції та інших водних біоресурсів протягом 2021 року становила 0,2 %, імпорту – 13 %. За даними митних органів вартість експортованої риби, рибної продукції та інших водних біоресурсів у 2021 році збільшилася на 16,2 млн. дол. США та у загальному склала 68,6 млн. дол. США, що на 31 % перевищує показник 2020 року (52,4 млн. дол. США). Всього за 2021 рік вага нетто експортованої Україною риби, рибної продукції та інших водних біоресурсів склала 13,1 тис. тонн, що більше на 3 % показника 2020 року (12,7 тис. тонн).

Протягом 2021 року вартість імпорту риби, рибної продукції та інших водних біоресурсів в Україну склала понад 1 млрд. дол. США. Загальна вага нетто імпоротної продукції складає 435,3 тис. тонн. Головними імпортерами водних біоресурсів в Україну залишаються Норвегія, Ісландія та Естонія. Близько 80-90 % обсягу імпорту припадає на види риб, до яких Україна не

має доступу, і які видобуваються виключно у відкритому морі або морських економічних зонах інших держав [1].

Початок війни негативно вплинув у тому числі і на український ринок риби. Через часткову окупацію півдня та сходу України та блокаду морського судноплавства, вилов риби в Азовському та Чорному морях не здійснюється. Якщо орієнтуватися на показники вилову минулого року, Україна втрачає 8,3 тис. тонн риби у Чорному морі та 4,5 тис. тонн в Азовському морі [1]. В Азово-Чорноморському басейні здійснювали промисел 65 з 117 суден флоту рибної промисловості, що підлягають нагляду класифікаційного товариства. Також зменшився вилов риби у внутрішніх водоймах в зв'язку із веденням бойових дій та тимчасовою окупацією території.

Крім того, на тимчасово окупованій території Херсонської області знаходяться два з трьох державних рибовідтворювальних комплексів: ДУ «Херсонський виробничо-експериментальний завод по розведенню молоді частикових риб» та ДУ «Виробничо-експериментальний Дніпровський осетровий рибовідтворювальний завод ім. академіка С.Т. Артющика». Наразі ДУ «Рибоводний форелевий завод «Лопушно» (Чернівецька область) – це єдине підприємство, яке здійснює цілеспрямоване штучне відтворення аборигенних видів риб (судак, сом, щука, червонокнижні осетрові та лососеві тощо), а також корошових видів риб (сазан (короп), рослиноїдні види риб).

Також через військові дії було порушено логістичні шляхи та зруйновано склади зберігання рибної продукції, що викликало на певний час дефіцит риби в країні. Негативний вплив на логістику та ціну рибної продукції має недостатня кількість та висока ціна пального. Ціни на рибу зросли на 20% порівняно з довоєнним періодом (до 24 лютого 2022 р).

Варто зазначити, що крім скорочення пропозиції риби та рибної продукції, зменшився й платоспроможний попит через скорочення чисельності населення України та втрату роботи, а отже і доходів населення. 6 млн. українців виїхали за межі країни, 8 млн. змінили місце проживання всередині країни, втратили роботу, житло. Також значна кількість населення проживає на тимчасово окупованих територіях, на які не здійснюється завіз продукції з України.

Такий стан вітчизняного ринку риби негативно впливає на економічний потенціал і міжнародну залежність держави від рибного імпорту, а головне, не сприяє забезпеченню внутрішнього ринку України важливою білковою продукцією.

Джерелом рибної продукції для України залишається вилов у внутрішніх водоймах на територіях, де не ведуться бойові дії, а також – у Північно-Західній частині Атлантичного океану, де Україні доступна до вилучення квота розміром 150 тонн морського окуня, а також є можливості долучитися до освоєння інших видів водних біоресурсів. До промислу у зоні ККАМЛР (Комісії зі збереження морських живих ресурсів Антарктики) у промисловому сезоні 2021/2022 допущено 5 українських суден: 4 судна, що

здійснюють вилов риб роду іклячів, 1 судно – антарктичного криля. Також потрібно підтримувати імпорту і забезпечувати можливості зберігання та переробки риби на існуючих потужностях, що є вкрай важливим в умовах війни [1].

В повній мірі оцінити збитки для рибної галузі від військових дій можна буде лише після нашої перемоги, коли буде відкрито доступ до звітності.

Список використаних джерел:

1. Публічний звіт голови Державного агентства меліорації та рибного господарства України Артема Ріпенка за 2021 рік. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit2021/zvit-derjfish-2021.pdf> (дата звернення 11.05.2022 р.)

2. Україна у цифрах. 2020: стат. зб. / Державна служба статистики України. Київ, 2021. 46 с.

3. Асоціація «Українських імпортерів риби та морепродуктів». Огляд рибного ринку України за 2020 рік. URL: <https://uifsa.ua/news/news-of-ukraine/overview-of-the-fish-market-in-ukraine-for-2020> (дата звернення 11.05.2022).

МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ – ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Лементовська В.А., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Реалізація економічних і соціальних перетворень, зростання ризиків в умовах війни з РФ, цифрові трансформаційні процеси змінили конфігурацію ринкового середовища та пріоритети поведінки суб'єктів ринку. Забезпечення належної роботи функціонуючих підприємств в умовах невизначеності потребує ефективного використання можливостей електронної комерції, та професійного використання соціальних мереж – як інструменту Інтернет-маркетингу.

Соціальні мережі є віртуальною реальністю, де користувач показує події зі свого життя, цікавиться іншими. Саме це змушує компанії також вести «віртуальне життя» бренду у соціальних мережах, аби завжди бути актуальними для споживача та завойовувати лояльну аудиторію [1].

Найпопулярнішою платформою соціальних мереж в 2022 році залишається Facebook. Кількість активних користувачів Facebook становить у світовому медіа просторі більше 1 мільярда людей. Другою платформою за кількістю активних користувачів є YouTube.

Так, в Північній Америці віддають перевагу Facebook 51,55% загальної кількості користувачів соціальних мереж, в Африці – 71,44%, Азії – 77,11%, Південній Америці – 69,46%, Європі – 71,34%.

Нижчий відсоток користувачів в Північній Америці, пояснюється нещодавнім скандалом, що стосується конфіденційності інформації про користувачів мережі.

Освічена користувачі активніше використовують соціальні мережі. Користувачі, що мають диплом коледжу використовують соціальні мережі в середньому на 10% більше, ніж ті, хто має нищу освіту, та на 20% більше, ніж ті, хто має атестат про закінчення середньої школи або подібних закладів [3].

За результатами дослідження комунікаційної агенції Plusone Social Impact в Україні (2022 р.) рейтинг за кількістю користувачів Instagram вперше випередив Facebook. Проте на світовому медіа просторі Instagram не набув такої популярності. Так, в Північній Америці віддають перевагу Instagram 1,54% загальної кількості користувачів соціальних мереж, Азії – 1,95%, Південній Америці – 1,01%, Європі – 1,99%.

В січні 2022 року аудиторія Instagram – 17,3 млн юзерів. При цьому показник Facebook – 16,8 млн користувачів. При цьому, найпопулярнішою соцмережею для молодих українців стала TikTok. Facebook Messenger користуються 10,7 млн осіб. Одночасно, до 27,8 млн осіб зросла аудиторія яку можна охопити рекламними інструментами Meta [2].

Переваги використання «Social Media Marketing» [1]:

1. Відбувається поступове створення іміджу через активне ведення соціальної сторінки, тому реклама не сприймається як нав'язлива.

2. SMM може охопити людей, які проживають в різних територіальних регіонах, тому з'являється можливість впливати на більшу аудиторію.

3. Можна налаштовувати таргетингову рекламу, тобто вибирати саме ту цільову аудиторію, яка цікавить бізнес.

4. Вартість рекламних послуг набагато менше, ніж інші варіанти розміщення реклами (телебачення, друковані ЗМІ).

5. Завдяки наявності зворотного зв'язку зі споживачами можна швидко реагувати на їхні побажання та враховувати зауваження клієнтів.

6. Набагато легше дізнатися портрет цільової аудиторії. Це можна зробити через проглядання сторінок в соціальних мережах, завдяки чому можна дізнатися про захоплення, стиль життя потенційних клієнтів тощо.

До недоліків застосування маркетингу соціальних мереж слід віднести суттєвий вплив людського фактора, необхідність постійно спілкуватися з користувачами соціальних мереж, недостатня вивченість оцінювання результативності діяльності [4].

Таким чином, дослідження унікального, ненав'язливого досліду спілкування з користувачами соціальних мереж, гнучке використання різних інструментів Інтернет-маркетингу дасть змогу визначити пріоритети формування клієнтоорієнтованої маркетингової стратегії, яка стане основою успішного введення електронної комерції та впливу на соціальні процеси сучасності.

Список використаних джерел:

1. Семененко К. Ю., Юрченко В. І., Скригун Н. П. Маркетингова діяльність в соціальних мережах Facebook та Instagram // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2019. Т. 30(69), № 2. С. 164-168. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_2/33.pdf
2. Instagram вперше випередив Facebook за кількістю користувачів в Україні – дослідження. URL: <https://ain.ua/2022/01/20/instagram-vpershe-vyperedyv-facebook/>
3. Дивовижні Статистики в Інтернеті і соціальних медіа в 2022 році URL: <https://uk.wizcase.com>
4. Савицька Н.Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C URL <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/5/6>

DIGITAL MARKETING AS THE BASIS OF MODERN BUSINESS

Makushok OV, Candidate of Economic Sciences
Uman National University of Horticulture

Today, the Internet has become an integral part of our daily lives, one of our most valuable resources, a "livelihood" in difficult socio-economic and political conditions. It is not limited to communication by e-mail, as 15-20 years ago. Nowadays, the virtual world offers great opportunities for distance work and learning, buying products and services online, communicating with friends and family, planning trips or monitoring events in the city, country or world. But the possibilities of the digital world are constantly expanding thanks to companies and application developers who are changing innovative approaches to its development. During the year of quarantine related to the COVID-19 coronavirus pandemic, from the beginning of 2020 to the beginning of 2021, ie for 2020, digital culture is developing rapidly in Ukraine. According to statistics, last year there were 2 million more Internet users in Ukraine, at the beginning of 2021 there were about 30 million. Much more Ukrainians are now on social networks - 26 million people against 19 million in 2020. Users of the World Wide Web account for 60% of the total population, since last year their number has increased by 20%. [1].

The rapid development of global processes in the modern world, the formation and development of the information society and information economy, the intense dynamics of business information intensifies the need for digital (interactive) marketing. At the same time, the paradigm of digital marketing is constantly changing, causing changes in its forms, methods and tools.

In today's world, businesses should use not only traditional marketing strategies, but also digital marketing tools, in particular.

Intensive technology development makes it possible to use digital marketing strategies in online and offline environments. The benefits of digital marketing are interactivity; active involvement of the consumer in interaction with the brand; absence of territorial restrictions during the implementation of marketing ideas; ease of access to the resource (web and wap resources); Significant spread of the Internet and mobile communications provides active involvement of the target audience; the ability to quickly evaluate campaign activities and manage events in real time.

The following information channels are most often used in modern business in digital marketing:

- 1) the Internet and devices that provide access to it (smartphones, tablets, laptops, etc.);
- 2) mobile devices;
- 3) local networks (Extranet, Internet);
- 4) digital television;
- 5) interactive screens, POS-terminals.

The obvious way a company can be online is through its own website. The site allows you to study the range, watch videos and photos, read reviews, as well as buy and track orders. There are other ways to promote a company on the Internet, such as catalogs of local companies, social networks and mobile applications.

To promote a company in the digital world, you need to make a plan that must include three components. First, you need to set goals and set realistic goals. Second, you need to use analytics to track results. And finally, to adapt the business to the changes taking place in the industry.

Summarizing the above, it should be noted that the intensive development and use of digital technologies in the modern information society has led to the active introduction of digital marketing in business, the importance of which can't be overestimated. The use of digital marketing tools and methods by enterprises significantly affects the behavior of the target audience, activates loyalty programs, promotes image, achieves planned goals, competitive positions of enterprises and generally increases the efficiency of entrepreneurial activity.

List of references:

1. Ukrainians and social networks URL: <https://focus.ua/uk/digital/491571-plyus-2-mln-koristuvachiv-chim-ukrajinci-zaymayutsya-v-interneti-u-2021-roci-infografika> (access date: 28.04.2022).

ТЕНДЕНЦІЇ КОРИГУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКУ РФ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Пенькова О.Г., д-р екон. наук, доцент
Уманський національний університет садівництва

Повномасштабне російське військове вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року змусило міжнародні компанії, які діяли на ринку країни-агресора, терміново переглядати власні маркетингові стратегії. Неправильна оцінка рівня політичного ризику від продовження співпраці з росією в умовах даного військового конфлікту змусило компанії робити надскладний вибір між фінансовими та репутаційними втратами, які також стануть фінансовими, але з часовим лагом. Це стосувалося навіть тих, на діяльність яких не поширювалася дія економічних санкцій, прийнятих США, ЄС та урядами багатьох країн, проте менеджментом яких було прийнято рішення про «самосанкції» чи навпаки про максимальне збереження активів і ринкової частки.

Науковці Єльського університету від початку вторгнення армії росії в Україну відстежували діяльність міжнародних компаній, які працювали в РФ. За оприлюдненими ними даними станом на 09.05.2022 р. з 1267 лише 330 компаній (26%) ухвалили рішення про повне припинення операцій та вихід з російського ринку. Повністю проігнорували ситуацію і продовжили звичайну діяльність без обмежень 220 компаній (17%). Решта міжнародних компаній хоч і скоригували власні стратегії з огляду на кризову ситуацію, але залишили для себе можливість швидкого повернення до звичайної роботи на ринку РФ у випадку зменшення інтенсивності військових дій або їх завершення (рис.1).

Вибір способу коригування маркетингової стратегії щодо ринку росії окремими міжнародними компаніями багато в чому був обумовлений і національною приналежністю їх статутного капіталу або країною реєстрації. Так серед тих хто вирішив продовжити звичайну діяльність найбільше китайських компаній, що пояснюється нейтралітетом Китаю у російсько-українській війні (рис.2).

Значна ж кількість компаній з США, які лишилися на ринку РФ, пояснюється високою присутністю компаній з цієї країни в росії. Так американські компанії є і лідерами серед групи тих, хто повністю припинив будь-яку діяльність в РФ. Їх частка в цій групі – 38%.

Розглядаючи приклади ухвалених рішень щодо коригування стратегій під час російсько-української війни можна навести два приклади : ВР і Renault. Витративши 30 років на розвиток свого бізнесу, правлінню ВР знадобилося всього три дні, щоб погодитися з потенційними збитками в розмірі 25 мільярдів доларів від продажу своєї частки в «Роснефти», російській державній газовій компанії.



Рис. 1. Розподіл міжнародних компаній залежно від способу згорання/подовження діяльності в РФ, од. (станом на 09.05.2022 р.)

Джерело: побудовано автором за даними [1]

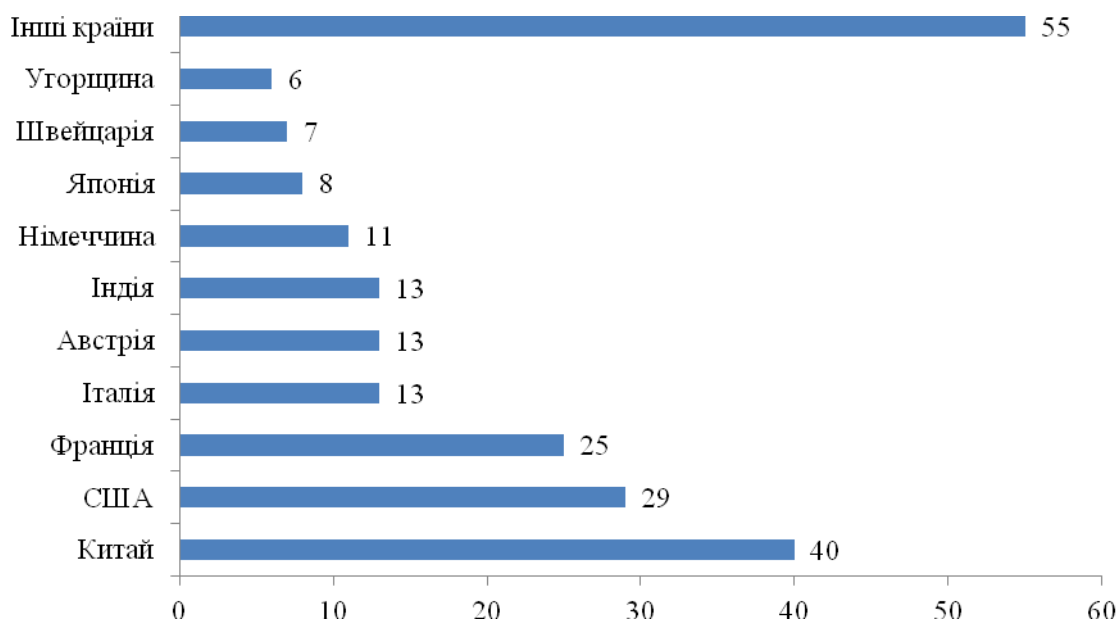


Рис. 2. Розподіл міжнародних компаній які продовжили звичайну діяльність без обмежень в РФ за країнами, од. (станом на 09.05.2022 р.)

Швидкість виходу означала, що ВР мала стратегію швидкого виходу. На відміну від ВР, автомобільний виробник Renault покладається на російський ринок для отримання 12% своїх доходів через свою мажоритарну частку в «АвтоВАЗі», який одночасно є найбільшим виробником автомобілів у Росії та співпрацює з російськими державними виробниками ракет, літаків і автоматів. Ділове партнерство зробило дорогим вихід з російської економіки,

а втрата 37% його вартості після російського вторгнення зробило дорогим його подальше перебування. В підсумку Renault призупинив деякі свої операції через проблеми логістики, викликані санкціями, але, схоже, не мав реальної стратегії виходу з ринку [2].

В підсумку можна констатувати, що ситуація російсько-української війни переконливо довела, що професійний обов'язок максимізувати інтереси акціонерів і підтримувати розвиток бізнесу більше не є всеохоплюючим, а рішення щодо діяльності на певному ринку сприймається як неявне прийняття політичних дій цієї країни і міжнародні компанії повинні мати стратегії виходу з ринку на випадок погіршення політичної ситуації.

Список використаних джерел:

1. Over 750 Companies Have Curtailed Operations in Russia – But Some Remain. Yale school of management. May 10, 2022. URL: <https://som.yale.edu/story/2022/almost-1000-companies-have-curtailed-operations-russia-some-remain>

2. Katsos John E., Miklian Jason, Forrer John J. In Light of Russia Sanctions, Consider Your Conditions for Doing Business in Other Countries. *Business And Society*. March 15, 2022. URL: <https://hbr.org/2022/03/in-light-of-russia-sanctions-consider-your-conditions-for-doing-business-in-other-countries>

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ В DIGITAL-СЕРЕДОВИЩІ

Семенда О.В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Світ невинно рухається вперед, трансформуючи та модернізуючи наше уявлення про digital. Діджиталізація є невід'ємною частиною будь-якої сучасної комунікаційної стратегії бренду, а інформаційні технології постійно ведуть до появи нових інструментів цифрового маркетингу. Найпопулярніші тенденції digital-маркетингу обертаються навколо двох ключових аспектів – персоналізації контенту та надання йому живого інтерактивного формату. Ці аспекти тісно пов'язані з технологічними досягненнями, які оптимізують процес спілкування з аудиторією через різні канали [1].

Digital-маркетинг – це прогресивний напрямок корпоративної комунікаційної політики, в основі якого лежить організація взаємодії з реальними або потенційними споживачами за допомогою використання Інтернету, інформаційних комунікацій чи інших цифрових технологій. Основою цифрового маркетингу є набір цифрових інструментів - каналів, за допомогою яких маркетологи можуть швидко збирати інформацію про споживачів, їх вподобання і запити, а також передати інформацію покупцеві про продукцію/послуги, які можуть бути цікавими [2].

Завдяки швидкому розвитку електронної комерції та мобільної комерції

виробники можуть використовувати сучасні технології для впливу на споживачів. При цьому перший отримує великий обсяг інформації про потенційного клієнта та коригує маркетинговий план відповідно до потреб, а другий має можливість детально вивчити продукти та послуги перед покупкою. Споживачі можуть купити те, що їм потрібно, одним натисканням кнопки, чітко розуміючи продукт та його якісні характеристики. У цьому контексті з'явилася нова група споживачів, яких більше не задовольняють потреби стандартних продуктів, вони мають доступ до персоналізованих. Це означає, що компанії повинні визнати, появу нового сегменту споживачів, які не тільки користуються Інтернетом, але для яких ця мережа стала джерелом інформації про продукти та послуги, з можливістю аналізу та порівняння, а Інтернет став каналом комунікації не тільки з компаніями, а й з іншими людьми, споживачами.

Сьогодні стандартний і традиційний підхід зосередження бізнесу на товарах і послугах, призначених для задоволення потреб і смаків платоспроможних споживачів, більше не ефективний. Споживачі, активні в Інтернеті, є представниками різних груп з різним рівнем доходів, віку та соціального статусу. Для сучасного споживача характерними є деякі особливості та тенденції поведінки у цифровому середовищі, а саме:

- ретельний пошук перед покупкою, тому компанії повинні надавати інформацію про продукти/послуги чітко та прозоро;
- пошук у будь-який час і в будь-якому місці завдяки зростанню використання мобільних пристроїв;
- чутливі до ціни, більш продумані та усвідомлені моделі споживання;
- прагнення отримати швидкі запити та відповіді про продукти/послуги;
- часто діліться власними думками та досвідом і залишають відгуки, про якість продукту чи проблеми з обслуговуванням.

Таким чином, digital-споживачів можна охарактеризувати як динамічних – вони шукають пряму, негайну та розвиваючу комунікацію, оцінюючи доступність, зручність, ціну, умови оплати тощо, перш ніж зробити покупку. Компанії можуть використовувати багато точок дотику для взаємодії з цифровими споживачами – інвестуючи в штучний інтелект, компанії заощаджують час і гроші та полегшують життя споживачів, як у випадку з чат-ботами, які надають відповіді в режимі реального часу; споживачі використовують смартфони для пошуку рішень про купівлю; клієнти більше хочуть знати не лише характеристики продукту, вони також хочуть знати етичну позицію бренду [3].

У контексті оцифровки процесів можна сказати, що в моделі поведінки споживачів відбувся серйозний зсув. Традиційні ринкові моделі поведінки споживачів передбачають таку послідовність рішень: споживачі визначають потреби → вибирають об'єкти, які відповідають їхнім очікуванням → визначають оптимальні продукти. У digital-середовищі традиційна модель модифікується: споживач спочатку вибирає продукт через Інтернет → звертається до того суб'єкта, чий продукт найкраще відповідає його потребам

та очікуванням.

Слід зазначити, що digital-маркетинг відкриває широкі можливості для споживачів і бізнесу, але в той же час може створити додаткові ризики. Тільки шляхом чіткого визначення та регулювання прав та обов'язків цифрових учасників можна підвищити довіру та впевненість на digital-ринках [4].

Цифровий світ змінив поведінку споживачів, тому брендам потрібно адаптуватися до нових digital-споживачів, нових процесів прийняття рішень та нових варіантів покупки, щоб знайти найкращий спосіб продажу.

Список використаних джерел:

1. Семенда О.В., Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. *«Věda a perspektivy»*. №1(8). 2022. С. 60-71. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)
2. Вдовічена О.Г., Дюгованець О.М., Чернова І.В. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи впровадження в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. №2. С.81–87. DOI: [10.32702/2306-6814.2022.2.81](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2022.2.81)
3. Проскурніна Н., Бестужева С., Козуб В. Аналітичні аспекти дослідження поведінки споживачів в умовах цифровізації економіки України. *Економіка та суспільство*. 2022. №36. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-40>
4. Padalka A.M., Gribincea A., Lesik I.M., Semenda O.V., Barabash O.O. (2021). Consumer protection when purchasing goods on the Internet. *Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine*. 2021. № 28(2), P.189-197. DOI: 10.37635/jnalsu.28(2).2021.189-197

ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПОТОКІВ НА РИНКУ ЗЕРНА В УМОВАХ ВІЙНИ З РФ

А.О. Харенко, к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

За даними Всесвітньої продовольчої програми ООН на початок 2022 року близько 280 млн людей вже стикалися з гострим голодом і ця цифра може зрости ще на 17 % в разі продовження військової агресії РФ проти України. За даними [Human Rights Watch](https://www.hrw.org/), це : «... вже посилило продовольчу кризу на Близькому Сході та в Північній Африці. Зокрема : Ліван отримує 80% пшениці з України; Єгипет закуповує пшеницю, а також великі обсяги олії; Лівія імпортує понад 40% пшениці; Ємен – не менше 27%. Крім того, влада північно-західної Сирії забезпечує регіон пшеницею й борошном, закупленими через Туреччину, яка також імпортує 90% пшениці із нашої країни» [1]. На сьогоднішній день на українських елеваторах в наявності є

мільйони тонн зерна, проте його експорт потребує кардинально нових рішень з точки зору логістики.

Протягом останніх десятиліть в Україні склалася логістична складова зернового ринку, що поєднувала в собі внутрішнє транспортування збіжжя за допомогою залізничного і автомобільного транспорту, а пізніше річкового, та його експорт через морські порти України. За такого підходу традиційний радіус використання зерновозів складав близько 400 км, а більші відстані перекривала залізниця. Таким чином, логістичні потоки на внутрішньому зерновому ринку були спрямовані в південному напрямі, що і обумовило побудову в Одеській, Миколаївській та Херсонських областях потужностей для акумулювання та перевалки збіжжя зернових та олійних культур. Така система логістики забезпечувала щомісячні обсяги експорту на рівні 5 млн т.

Військова агресія Російської Федерації призвела до блокування морських портів України, а отже унеможливила транспортування зернових і олійних культур іноземним покупцям. Створення альтернативної логістичної системи стало актуальним питанням національної економіки в цілому, оскільки Україна має можливість експортувати вже виробленої аграрної продукції (урожай 2021 року) на 7-10 млрд доларів США. Це забезпечить надходження валютної виручки в країну, що є важливою складовою підтримки її економіки в умовах війни. Крім того, вітчизняним аграріям потрібно звільнити потужності для зберігання під новий урожай. Єдиним можливим напрямом експорту є західний кордон України. За таких умов трейдери шукають нові маршрути руху продукції, що традиційно не користувалися у них популярністю в минулому. Мова йде про використання з цією метою автомобільного і залізничного транспорту та акваторії річки Дунай. У квітні 2022 року Україною було експортовано понад 1 млн зерна, що у 5 разів більше ніж у березні. В основному для цього використовувалися можливості портів Ізмаїлу та Рені з подальшим транспортування для європейських споживачів збіжжя по річці Дунай, а для інших – через румунські порти. Даний канал має суттєвий недолік, що пов'язаний з відсутністю достатніх потужностей для перевалки. Крім того, у період збору врожаю фахівці прогнозують появу логістичних проблем пов'язаних із сезонним завантаженням їх румунською, сербською, угорською та болгарською озимою пшеницею і ячменем, для яких це є традиційний канал транспортування.

Наступним напрямом нарощування експортних можливостей української аграрної продукції є розвиток існуючих та створення нових «сухих портів», а також зростання обсягів транспортування залізницею. В даному контексті проблемою, з одного боку, є використання різної ширини залізничної колії в Україні та ЄС (відповідно 1520 проти 1435), а з іншого – до останнього часу європейська залізниця масово не використовувалася для перевезення зернових і олійних культур. Така ситуація призвела до дефіциту вагонів-зерновозів європейського зразка. Проте, на думку фахівців [2], як з ЄС так і України, цей канал дозволить експортувати в перспективі 1,1 млн

тон зерна та 250 тис. т соняшникової олії щомісяця.

На сьогодні радіус використання автомобільного транспорту для перевезення зернових зріс у 2,5 рази у порівнянні з довоєнним показником і становить 1 тис. км. Проте його використання ускладнюється високою вартістю паливо-мастильних матеріалів, що негативно відображається на прибутковості. Теоретично експортувати збіжжя можна автомобільним транспортом, проте понесені витрати можуть зробити бізнес малоприбутковим або навіть збитковим. Таким чином, йому і на перспективу відводиться роль внутрішнього перевізника, що забезпечуватиме доставку продукції до місць перевантаження її на залізницю або до «сухих портів».

Отже, в найближчій перспективі реальним спрямуванням логістичних потоків виробленого в Україні збіжжя залишається лише західний напрямок, де можна умовно виділити південний та північний канали. Перший передбачає транспортування автомобільним і залізничним транспортом до Ізмаїла та Рені, а далі для європейських споживачів річкою Дунай, а інших – румунські порти. Північний шлях передбачає аналогічний рух збіжжя в середині України до польського кордону де знаходитимуться «сухі порти», що повинні забезпечити його перевалку на європейський залізничний транспорт. В подальшому можна розглядати можливість доставки зернових та олійних до балтійських портів Польщі для транспортування в південний та південно-східний регіони Середземного моря. Але такий шлях є більш витратним в порівнянні з південним каналом. Негативним моментом залишається те, що завантаження обох цих напрямків дасть можливість забезпечити лише 50 % необхідного обсягу експорту. Таким чином Україні потрібно шукати можливості залучення міжнародних організацій до хоча б часткового розблокування перевезень через власні морські порти (біля м. Одеса), щоб не допустити продовольчої кризи в світі та підтримати національну економіку.

Список використаних джерел:

1. ЄС та ООН шукають, як уникнути продовольчої кризи через війну в Україні. URL : <https://www.epravda.com.ua/news/2022/04/14/685723/>
2. ЄС готує план зі збільшення експорту українських продуктів наземним маршрутом, - Bloomberg. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/news/es-gotovit-plan-uvelicheniyu-eksporta-ukrainskih-1652237695.html>

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ

Ревуцька А.О., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Дибенко Г.І., завідувач економічним відділенням Гайворонський політехнічний коледж

Концепція стратегічного управління з'явилася на початку 70-х років ХХ століття. Уперше вона була розроблена провідною американською консультативною організацією «Мак кінзі» і впроваджена (починаючи з 1972 р.) у корпораціях «Дженерал Електрик», «ІБМ», «Тексас Інструментс», «Кока-кола» та інших провідних американських корпораціях. На початку 80-х років її використовували 45% корпорацій з числа найбільших. Як сказав у той час президент «ІБМ», ця концепція «орієнтована на ринок завтрашнього дня». Мова йшла не просто про результат науково-прикладних розробок американських учених, а про реальне управлінське нововведення, що широко розповсюдилося й виправдало себе в сучасній світовій управлінській практиці.

Найбільший внесок у розробку теорії стратегічного управління зроблений Ігорем Ансоффом (1965 р). У той час стратегія розглядалася як повністю систематизований процес, що вказує чітку послідовність кроків і активно використовує аналітичні інструменти і методи, що розглядають як «найкращий спосіб» розробки стратегій, використання якого гарантує успіх компанії.

Стратегічне управління - багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей [1].

На сьогодні, основні засади і підходи стратегічного управління (як управлінського процесу створення та підтримки стратегічної відповідності між цілями організації, її потенціалом і можливостями у зовнішньому середовищі) до українських підприємств запозичені переважно з розробок зарубіжних учених і практики американських, японських і європейських корпорацій з огляду на те, що досвід України у цій сфері невеликий. Безперечними лідерами у цій галузі є США і Японія.

Стратегічна проблематика підприємств в Україні повинна бути пов'язана не стільки з прискоренням віддачі інвестицій, з підвищенням вартості акцій чи з завоюванням нових ринків, скільки з загальною економічною кризою, критичним станом виробництва тощо. Тому йдеться, у першу чергу, про антикризове управління в умовах відсутності раціональної структури і нестабільності економіки. Тільки успішне оволодіння методами і підходами сучасного стратегічного управління з урахуванням ризику появи

кризових ситуацій і його успішне впровадження дозволить підприємствам функціонувати стабільно та забезпечить їм позитивні перспективи щодо зростання. А творчий підхід до вивчення іноземного досвіду і перенесення його на ґрунті українських підприємств, з урахуванням специфіки господарювання в українській перехідній економіці, посприє вітчизняному бізнесу в становленні конкуренто-спроможного виробництва і зростанню його ефективності.

Доцільність формування стратегії та запровадження стратегічного управління у практику вітчизняних підприємств обумовлюється тим, що: стратегія, відображаючи систему цінностей, погляди вищого керівництва підприємства, його бачення майбутнього; раціональна структура економіки є такою системою виробництва та його обслуговування, за якої формується на місцевому, регіональному і національному рівнях агрегації необхідна кооперація виробництва кінцевої продукції, яка має ринки збуту і на яку існує адекватний попит; аналіз середовища підприємства, трактуючи вихідну ситуацію, визначатиме обмеження, які ним накладаються і можливу його еволюцію; сформована стратегія виступатиме інструментом координації, який буде забезпечувати узгодження цілей, а у випадку виникнення протиріч сприятиме досягненню компромісів, допомагатиме здійснювати діагностику діяльності підприємства, визначаючи причини відхилень між результатами та цілями; наявність сформованої стратегії підвищуватиме адаптивну готовність підприємства до непередбачених змін.

Тому, на нашу думку, дискусія на тему, чи доцільно вітчизняним підприємствам витрачати час і гроші на розробку стратегії розвитку є зайвою. Хоча на вітчизняних підприємствах запровадження системи стратегічного управління буде пов'язане з багатьма проблемами, зокрема з усвідомленням того, що для отримання бажаного результату потрібно одночасно вирішувати як поточні, так і стратегічні завдання. Так, у новостворених підприємствах керівництво є настільки зайнятим поточними проблемами, що не має змоги займатися плануванням діяльності, а у діючих – менеджери відмовляються складати плани, аргументуючи це тим, що раніше цілком без них обходилися. Причинами також є складність і швидка зміна ринкових процесів, зокрема збільшення розмірів підприємств, ускладнення форм їх діяльності, нестійкість зовнішнього середовища тощо. А до цього треба ще додати і те, що єдиного рецепту оптимального управління підприємством не існує. А отже, треба обирати той тип, який найбільше відповідає певному виду проблем [2].

А вдумливий, творчий підхід до вивчення наявного іноземного досвіду в сфері стратегічного управління і перенесення його, з урахуванням специфічних умов розвитку економіки України, на вітчизняні підприємства надасть допомогу вітчизняному бізнесу в становленні необхідних виробництв і зростанні їх ефективності.

Список використаних джерел:

1. Белошапка В.А. Стратегическое управление: принципы и международная практика. К.: Абсолют-В, 1998. 352 с.
2. Василенко В.О. Стратегічне управління: [навч. посібник] К.: ЦУЛ, 2003. 396с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ: ВИКЛИКИ І НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ

Буфан А. М., здобувач

Бей Г. В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та поведінкової економік
Донецький національний університет імені Василя Стуса

У сучасних умовах ринкової економіки значне місце посідає впровадження та вдосконалення інноваційних технологій в системі управління підприємством. Основним ресурсом суб'єкта господарювання виступають його працівники, які, в свою чергу, відповідають за якість та конкурентоспроможність продукції, обслуговування її споживачів. Тому менеджмент персоналу, як й інші важливі сфери соціально-економічного життя, підпорядковуються швидким темпам розвитку технологій та підлягають діджиталізації.

Під час цифрової трансформації бізнесу управління персоналом забезпечує вдосконалення корпоративної культури підприємства, залучення працівників до впровадження змін, а також попередження їх опору. А саме підприємство має можливість розвитку на основі впровадження новітніх HR-технологій, оптимізації HR-процесів.

Фундамент цифрової економіки складають сьогодні такі технологічні явища, як: великі дані; технологія блокчейн; квантові технології; штучний інтелект; туманні (хмарні) обчислення; віртуальна реальність; інші прогресивні технології, які постійно удосконалюються та впроваджуються у різні сфери економіки із різним ступенем інтенсивності [1].

Діджиталізація сфери менеджменту персоналу здійснюється у трьох основних напрямках: безпосередньо людини (персоналу), її робочого місця та HR-технологій. Щодо персоналу основні зміни стосуються необхідності залучати до роботи працівників з інноваційним типом мислення, які зможуть висувати власні креативні ідеї для вдосконалення діяльності підприємства, а із застосуванням сучасних технологій вдосконалювати власні знання та навички. При діджиталізації робочого місця працівника створюються усі можливі умови для підвищення продуктивності праці, використання сучасних засобів комунікації та зворотного зв'язку. Цифровий HR полягає у трансформації функцій менеджменту персоналу на основі новітніх комп'ютерних технологій, використання цифрових інструментів, спеціалізованих програмних продуктів [2].

Впровадження новітніх технологій в систему менеджменту персоналу дозволяє підприємству набувати вищих рівнів конкурентоспроможності й одночасно утримувати досягнуті позиції в сучасних умовах ринкової економіки. Проте поряд із беззаперечними перевагами використання цифрових технологій в менеджменті персоналу існують певні недоліки, які вказують на недосконалість процесів діджиталізації управлінської діяльності та потребують більш детального аналізу і відповідного вдосконалення.

Розглянемо ці аспекти більш детально (табл.1).

Таблиця 1

Переваги та недоліки діджиталізації сфери HR-менеджменту

№	Напрямки діджиталізації	Переваги	Недоліки
1.	Використання соціальних мереж та сайтів пошуку роботи для узагальнення інформації	Виникає база даних з усією інформацією про потенційних працівників та, внаслідок цього, залучення працівників «нової» якості.	Можливий опір працівників через проблему розмежування особистого та робочого простору працівника
2.	Використання єдиної платформи	Зручне розташування усієї необхідної інформації підприємства, наприклад, паролі, посадові інструкції, графіки роботи.	Доступ до особистих даних
3.	Підвищення кваліфікації персоналу за допомогою мобільних додатків, електронних платформ для навчання	Вивільнення ресурсів HR-відділу; можливість безперервно навчатись та вдосконалюватись, самостійно обираючи для цього час та місце	Цифровий розрив у навичках працівників старшого і молодшого віку
4.	Використання цифрових інструментів з метою збирання звітності щодо усіх процесів та виконання завдань на підприємстві	Забезпечення зворотного зв'язку між підприємством та персоналом; оцінка ефективності діяльності кожного працівника окремо.	Загроза доступу до особистих даних та швидке моральне старіння технологій

Серед найбільш розповсюджених напрямків використання цифрових технологій в менеджменті персоналу сьогодні є активна робота у соціальних мережах та пошукових системах з метою здійснення ефективного найму персоналу, формування єдиної корпоративної платформи як джерела вільного доступу до інформації, застосування можливостей мобільних додатків, електронних платформ для навчання та розвитку персоналу, використання спеціальних цифрових інструментів для здійснення аналітики даних і підготовки документів різного цільового призначення.

Як бачимо, основна загроза спостерігається у необхідності розмежування особистого та робочого простору працівників, яка вирішується на основі визначення чітких стандартів етичності роботи у сфері найму. Наступний виклик - це безпека персональних даних, яка вимагає

прискіпливої уваги з боку керівництва і відповідних служб ІТ-сектору, а також, поряд із проблемою набуття цифрових навичок і компетенцій вирішується в системі корпоративного навчання.

Ефективність менеджменту персоналу є ключовим моментом розвитку підприємства та відповідає за впровадження нових ідей та підходів. Управління персоналом в умовах діджиталізації повинно починатися з потреб співробітників та їх досвіду як користувачів нових цифрових технологій. Отже, на основі власних досліджень можна сформулювати думку, що особливості використання новітніх технологій в управлінні персоналом мають свої переваги та недоліки, які свідчать про потребу подальшого дослідження та вдосконалення на кожному підприємстві окремо, з урахуванням його особливостей.

Список використаних джерел:

1. Паршина О.А., Паршин Ю.І., Савченко Ю.В. Економічна безпека в умовах діджиталізації: сучасний стан та перспективи розвитку інформаційного суспільства. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2019. № 2. С. 167—174.

2. Digital Transformation and the Evolution Of HR Trends URL: <http://infosystems.mu/digital-transformation-and-the-evolution-of-hr-trends> (дата звернення: 27.07.2017)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кравчук К.О.

Науковий керівник: Бей Г.В., доцент

Донецький національний університет імені Василя Стуса

В останні роки все більш актуальним стає питання посилення інноваційної діяльності у сфері управління підприємствами. Підприємці розуміють, що без інновацій у системі управління економічний розвиток неможливий, оскільки лише інновації можуть підвищити ефективність управління та отримати вищу конкурентоспроможність підприємства.

Метою дослідження є аналіз перспектив та проблем управління інноваційною діяльністю українських підприємств, зокрема застосування підходу revenue-менеджмент

Сьогоднішня економіка визначається технологічними інноваціями, інтенсивним розвитком нових галузей та видів діяльності, зміною споживчого попиту та посиленням конкуренції, що призводить до надзвичайно швидких змін у бізнес-середовищі. Тому зростає роль персоналу, його здатності розвивати власний потенціал для досягнення цілей бізнесу. Необхідно безперервно адаптувати характеристики працівників до

вимог підприємства, часу та середовища, що вимагає впровадження сучасних та інноваційних методів управління.

Інновації є ключовими в процесах підприємства, оскільки у випадку коли підприємство не працює над вдосконаленням, воно занепадає в сучасному динамічному середовищі. Використання інновацій дає підприємствам можливість бути конкурентоспроможним на ринку, збільшувати кількість споживачів та рівень доходу. У сфері менеджменту інновації за сучасних умов мають бути спрямовані на підвищення продуктивності та якості праці, покращення якості трудового життя, безперервний розвиток працівників, реорганізацію та вдосконалення процесу і змісту праці.

Це підтверджується результатами багатьох досліджень, зокрема у висновках World Economic Forum зазначається, що рівень конкурентоспроможності підприємств наразі найбільше залежить від технологічного рівня та уміння керівництва використовувати існуючий інноваційний потенціал для запровадження технологічних нововведень [1]. Нажаль, переважна більшість українських підприємств все ще використовують старі методи та інструменти управління, які втратили свою ефективність та як наслідок не приділяють впровадженню інновацій необхідної уваги. Хоча на українських підприємствах є високий інноваційний потенціал, однак структура економіки і механізми господарювання на рівні підприємств не пристосовані та не реалізують нові ідеї. Це призводить до того, що інновації в Україні залишаються не лише традиційною проблемою розподілу капіталу та функціонування державних інституцій, а й ефективною проблемою стратегічного менеджменту на рівні підприємства.

Можна визначити основні проблеми, які перешкоджають у впровадженні ефективних системи управління інноваціями на українських підприємствах.

По-перше, недостатня кількість і доступність фінансових коштів для інноваційної діяльності підприємства, оскільки впровадження і освоєння нововведень пов'язане з високою вартістю.

По-друге, мала кількість фахівців у сфері управління інноваційними проектами в умовах ринкової економіки, які володіють необхідними знаннями, компетентностями й досвідом управління.

Також виникають проблеми у проведенні маркетингових досліджень інноваційних продуктів, що викликано нестійкою економічною ситуацією і труднощами в оцінці попиту на інноваційну продукцію, а отже, достатнього обґрунтування впровадження інновацій[2].

Для прикладу інноваційною системою управління доходами у готелях є впровадження revenue-менеджменту. Ця система дозволяє вимірювати ефективність готелю у певному ринковому сегменті і таким чином зменшувати втрати можливого доходу [3]. Потрібно правильно визначити та сформувати сегменти попиту на ранній стадії, яка визначається комбінацією

факторів: географічне розташування, перелік пропонованих послуг, конкурентне середовище та еластичність ціни. Щоб проаналізувати конкурентів, слід використовувати такі звичні інструменти, як STR, щоденні звіти ключових показників готелів (заповнюваність, середня ціна та прибутковість за номер) у порівнянні з вибраними конкурентами, а також дослідження ціни відкриття готелів. Інформацію про ціни конкурентів отримують з відкритого доступу на електронних ресурсах.

Управління revenue базується на обробці різноманітних звітів. Наприклад, звіт за кожним заїздом дозволяють визначити потенційних клієнтів, з якими не підписали річний контракт. Також аналіз заходів, які проходять в готелів-конкурентів, дозволяє передбачити попит на певний період та сформувати групи клієнтів для розвитку системи продажів готелю. Контроль продажів номерів вищої категорії, дозволяє оптимізувати витрати та збільшити доходи. Таким чином, метод управління доходами дозволяє керівництву краще експлуатувати наявну нерухомість, скорочувати ризики і підвищувати рівень обізнаності і професійності власного персоналу.

Наведений приклад дозволяє стверджувати, що управління інноваційною діяльністю в Україні, потрібно проектувати на основі системного підходу з урахуванням найважливіших факторів внутрішнього та зовнішнього середовища компанії та їх взаємодій. Керівництво підприємства зобов'язане динамічно визначати спрямованість інновацій та розвитку. Крім того, для забезпечення ефективної системи інноваційного менеджменту необхідно створювати таку систему, яка забезпечує перехід підприємства у бажаний стан, сформулювати відповідну інноваційну стратегію, визначити необхідні ресурси, спроектувати інноваційні бізнес-процеси, наймати на роботу фахівців у сфері управління інноваційними проектами та ефективну інноваційну структуру її організації. Успіх в управлінні інноваціями можливий лише за умови врахування всіх цих факторів.

Роль інновацій у сучасній економіці з кожним роком значно зростає, без них майже неможливо створити конкурентоспроможний продукт, який найкращим чином відповідає зростаючим потребам клієнтів. В економіці інновації є ефективним засобом конкуренції, вони призводять до таких потреб як зниження собівартості виробництва, припливу інвестицій, завоювання нових ринків, збільшення кількості саме кваліфікованих працівників. Особливу увагу необхідно приділити державі та надавати пільги підприємствам, що випускають інноваційний продукт. Запровадження на підприємствах інновацій може здійснюватись на прикладі управління доходами (revenue-менеджменту), зміст якого полягає у підвищенні ефективності управління.

Список використаних джерел:

1. World economic forum URL: <https://www.weforum.org>
2. Фактори впливу на інноваційну діяльність підприємства URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201200>
3. Корж Н.В., Стасюк О.В. Revenue-менеджмент: особливості групових продаж та бронювань у готелі URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/85.pdf

РАЦІОНАЛЬНА ПОБУДОВА КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ТОВАРОРУХОМ НА КООПЕРАТИВНИХ ПРИНЦИПАХ

Молдаван Л.В., д.е.н., професор

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

Ланцюжок просування продукції по маркетингових каналах складається з багатьох складових ланок: виробничих, агросервісних, транспортних, переробних, торгових. Чим більше комерційних ланок віддаляє первинного виробника від кінцевого споживача, тим нижча буде ціна для першого і вища – для останнього учасника процесу купівлі-продажу. Скорочення кількості ланок у ланцюжку просування товару до оптимальної кількості з метою зближення виробника і кінцевого споживача становить сутність оптимізації маркетингових каналів – важливої складової раціональної побудови ринків.

З переходом до ринкової економіки місце державних заготівельних організацій зайняли численні приватні торгово-промислові й фінансові компанії та індивідуальні підприємці, сформувавши "етажерку" в маркетингових каналах.

Особливо важке становище у секторі малого і середнього агробізнесу, який виробляє більше половини валової та 75-96% - трудомісткої продукції, що реалізується малотоварними партіями стихійним клієнтам – агентам комерційних структур, індивідуальним підприємцям, іншим заготівельникам, для яких закупівля у селян продукції і її перепродаж є джерелом доходу.

Усунення проблеми вирішується, насамперед, шляхом організації самими товаровиробниками за сприяння держави кооперативних та інших некомерційних об'єднань для просування продукції якнайближче до споживача.

У країнах ЄС фермери реалізують через такі об'єднання в межах 60-70% товарної продукції, скандинавських країнах – 80%, Японії та Китаї – 90%. У Нідерландах більше половини реалізації продукції припадає на переробно-збутові кооперативи, в тому числі молока – 80%, овочів – 100%, фруктів – 95%, вершкового масла – 90%, сиру – 85%, цукру – 65%. У США через кооперативні об'єднання реалізується 86% молока у свіжому і переробленому вигляді.

Кооперативи Індії займають 60 % національного ринку цукру. Ними виробляється і продається 49 % рослинного масла, стільки ж – молока і молокопродуктів, 45 % морозива. Фермерським переробно-збутовим кооперативам належить 326 цукрових і 218 молокопереробних заводів [1].

Кооперативи забезпечують своїх членів послугами по собівартості. Це означає, що ціна за продукцію, продану за дорученням товаровиробників, буде зменшена порівняно з кінцевою реалізаційною ціною лише на суму, що відшкодовує витрати кооперативному об'єднанню (заробітна плата, орендна плата, амортизація) Якщо б свою продукцію фермери продавали через

комерційні канали, то ціна була б зменшена ще й на суму прибутку для кожного із суб'єктів цього каналу (рис.1)

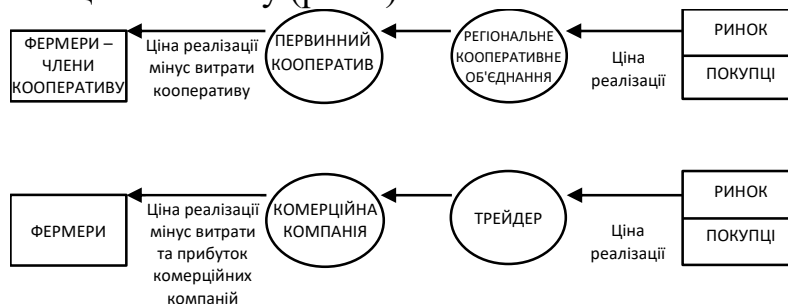


Рис. 1. Відмінності ціноутворення в комерційному та кооперативному каналах.

Джерело: Розроблено автором

Глобалізаційні процеси спонукають збутові кооперативи включати в свої канали усі ланки продуктового ланцюжка, у т. ч. роздрібну торгівлю. Кооперативна група Terrena (Франція), реалізуючи понад 1 млн т зернових, до 8 тис. т насіння кукурудзи, 49–50 тис. гектолітрів вина, до 300 млн л молока, 76 тис. гол. ВРХ та близько 800 тис. т м'яса і м'ясних виробів, має свою систему супермаркетів, де реалізується її продукція з власними брендами. За такою ж схемою функціонує ново-зеландське кооперативне об'єднання Fonterra. Вигоди від діяльності таких структур розподіляються між їх членами у вигляді кооперативних виплат. У результаті 10,5 тис членів кооперативу Fonterra в 2020 р. за 1 кг молока, спільно переробленого і проданого, одержали по \$7,19 [2].

У комерційному каналі правила товароруху (або організації маркетингової логістики) диктують наступні за виробництвом суб'єкти підприємницької діяльності у своїх інтересах. У кооперативних каналах рішення приймають самі аграрії – члени кооперативу. Вони через свої виборні органи і найняту адміністрацію забезпечують управління ланцюгом поставок. Так, у разі перевищення пропозиції над попитом і виникнення загроз падіння ціни, вони можуть тимчасово вилучити значний обсяг сконцентрованої в них продукції з торгів для вирівнювання цінової ситуації. З іншої сторони, завдяки своїй неприбутковій природі, кооперативи мають можливість стримувати комерційні торгові компанії в їхньому прагненні до ескалації цін. Зазначене в комплексі змушує конкурентів кооперативів коригувати свою маркетингову поведінку. Це відбувається на користь споживачам продовольства, особливо менш матеріально забезпеченим особам і пенсіонерам, що відповідає економічному та соціально-гуманістичному призначенню кооперативів.

Організація стимулювання і підтримки розвитку кооперативних каналів збуту була й залишається однією з базових складових аграрної політики європейських й інших країн, яка реалізується, як правило, у трьох напрямках.

Перший передбачає формування системи законодавчо-нормативних актів, які унормовують особливості кооперативів, і державних органів із функціями координації та контролю процесу їх розвитку.

Другий пов'язаний з розробкою й запровадженням системи фінансової підтримки кооперативних формувань. Зазначене, насамперед, містять Регламенти і постанови ЄС, що стосуються підтримки груп і об'єднань виробників сільськогосподарської продукції, створених з метою спільних дій по її продажу [3, 4]. На виконання зазначених правових актів у Польщі, наприклад, діє п'ятирічна програма підтримки зазначених вище структур. У перший рік кооперативне об'єднання одержує субсидію у розмірі, що становить 10% виручки від спільно проданої продукції, другий – 8%, третій – 6%, четвертий – 5%, і п'ятий – 4%. Крім цього, кооперативне об'єднання може одержати до 15 млн злотих на організацію переробки і маркетинг продукції [5].

В Індії частка держави у пайовому капіталі збутових кооперативів становить 45,6%, а в пайовому капіталі кооперативних цукрозаводів – 44,1%.

Третій напрям включає організаційну підтримку, а саме: масову роз'яснювально-інформативну роботу серед сільгосптоваровиробників і сільського населення, підготовку кадрових працівників кооперативних організацій, безперервне навчання кооператорів.

Визнаючи безальтернативну значущість малих і середніх ферм світу, які виробляють 80 % сільськогосподарської продукції, у подоланні голоду в усіх його формах, сформульованими ООН у Порядку дня в сфері сталого розвитку на період до 2030 р. цілями і завданнями щодо їх досягнення передбачено: подвоїти доходи малих виробників продовольства, зокрема, сімейних ферм; посилити інтеграцію малих ферм у виробничо-збутові ланцюжки; здійснити заходи із забезпечення доступу малих ферм до ринків. У виконанні зазначених й інших завдань Порядком дня визнається важлива роль кооперативів та політики національних парламентів і урядів країн [6].

У зазначеному контексті Україні належить, насамперед: привести у відповідність із європейською і світовою практикою кооперативне законодавство, унормувавши неприбутковий статус кооперативних структур та вилучивши з чинних правових актів комерціалізацію відносин між кооперативом та його членами; імплементувати у вітчизняне законодавство норми регламентів ЄС щодо легалізації та підтримки груп і об'єднань малих і середніх виробників з метою посилення їх економічних позицій у ланцюжку просування виробленої продукції до кінцевого споживача; увести в сільськогосподарських учбових закладах всіх рівнів різні форми доведення до студентів кооперативних знань та поширення цих знань серед виробників сільськогосподарської продукції і сільського населення.

Список використаних джерел:

1. Котомина М. А. Сельскохозяйственная кооперация в Индии: роль государства и современные вызовы. URL: <http://apej.ru/article/05-11-18> [11.04.2021].
2. Fonterra. URL: <https://www.fonterra.com/nz/en/embracing-sustainability/our-progress.html> [25.03.2021].

3. Regulation (EU) No 1307/2013 of the European Parliament and of the Council of 17 December 2013 establishing rules for direct payments to farmers under support schemes within the framework of the common agricultural policy and repealing Council Regulation (EC) No 637/2008 and Council Regulation (EC) No 73/2009. URL: <http://data.europa.eu/eli/reg/2013/1307/oj> [03.05.2022]

4. Regulation (EU) No 1308/2013 of the European Parliament and of the Council of 17 December 2013 establishing a common organisation of the markets in agricultural products and repealing Council Regulations (EEC) No 922/72, (EEC) No 234/79, (EC) No 1037/2001 and (EC) No 1234/2007. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2013/1308/oj> [03.05.2022]

5. Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020 (PROW 2014-2020)
Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

URL: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/-program-rozwoju-obszarow-wiejskich-2014-2020-prow-2014-2020> [06.05.2021]

6. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. A/RES/70/1. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей ООН 25 сентября 2015 года. URL: https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=R [09.10.2020].

ПЕРСПЕКТИВИ ІНФРАСТРУКТУРНОГО РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Бугріменко Р. М., д-р екон. наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

Сучасне підприємство розвивається під впливом сукупності економічних, технічних, виробничих, екологічних, організаційних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Своєчасне реагування на їх зміни та використання наявних можливостей дозволяє досягати поставлених цілей та завдань. Розвинена інфраструктура підприємства та інфраструктурне забезпечення розвитку галузі у сукупності формують основу активізації процесів розвитку з урахуванням зміни факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, забезпечує цілісність та єдність підсистем підприємства як його елементів, а також дозволяє взаємодіяти з об'єктами інфраструктури інших рівнів (регіонального, національного, світового).

Розвиток концепції інфраструктури останні десятиліття відбувалося за такими основними напрямками: виділення глобального, національного, регіонального та локального (фірмового) рівнів – мега, макро, мезо, мікро інфраструктури; розширення представлення інфраструктури як загальної умови виробництва не тільки матеріальних товарів, а й різноманітних соціальних послуг. При цьому інфраструктура в сучасних умовах може розглядатися як особливий суспільно-ринковий інститут, що відіграє ключову роль у формуванні єдиного економічного простору з вільним переміщенням товарів, трудових, матеріальних та фінансових ресурсів.

Процес інфраструктурного забезпечення слід розглядати як складну сукупність різноманітних організаційно-економічних комунікацій, а продукт інфраструктурної діяльності – як дуже різноманітні послуги. З економічного погляду кінцеві продукти функціонування різних організацій ринкової інфраструктури (маркетингових центрів, інжинірингових, аудиторських, страхових фірм, венчурних фондів, рекламно-інформаційних агентств, кредитних установ, транспортно – логістичних компаній та ін.) виражаються, виявляються та реалізуються саме у різноманітних послугах.

Спектр послуг, які надають організації регіональної ринкової інфраструктури, надзвичайно широкий і залежить від багатьох об'єктивних умов та суб'єктивних місцевих обставин. Тим не менш, можна виділити послуги, що користуються найбільшим попитом, які часто взаємно доповнюють один одного, надаються в різних поєднаннях.

До загального переліку видів регіональної ринкової інфраструктури слід зарахувати такі групи послуг: консалтингові; маркетингові; лізингові; комп'ютерні та пов'язані з ними послуги (у тому числі програмного забезпечення); послуги зв'язку; інформаційно-комунікаційні; електронної комерції; юридичні; концесійні; транспортно-експедиційні; логістичні; франчайзингові; дистриб'юторські (включаючи брокерські); посередницькі; інжинірингові; прикладні науково-дослідні, аналітичні та проектні; послуги дизайну, брендування та реклами; фінансові (включаючи венчурні, послуги кредитування, страхові); ріелторські (пов'язані із землею, нерухомістю); бухгалтерські (облік, звітність); аудиторські; податкові; інноваційно-впроваджувальні; інвестиційні; патентні; послуги експертизи з різних аспектів; сертифікаційні; послуги зі стандартизації (технічного регулювання); послуги з метрології (забезпечення єдності вимірів); акредитаційні; реєстраційні; виставково-ярмаркові; послуги з навчання, перепідготовки кадрів; з підбору та розстановки персоналу; екологічні послуги; послуги охорони та супроводу [1].

Кожна з вищезгаданих груп послуг має відповідні різновиди, окремі детальні найменування конкретних послуг (робіт, процедур), що дозволяє говорити про безліч послуг, що виконуються суб'єктами ринкової інфраструктури для різних агентів ринкової економіки та, по суті, системно охоплюють всі види виробничо-господарської та комерційну діяльність.

Примітним є й те, що одні суб'єкти господарювання інфраструктури користуються послугами інших перехресним чином, що створює мережне переплетення послуг усередині регіональної ринкової інфраструктури. Отже, мережевий підхід та оцінка мережевих ефектів також створюють нове поле для вивчення проблем інфраструктурного розвитку.

Ефективність функціонування торгових організацій значною мірою залежить від рівня розвитку, використання та розміщення інфраструктурних елементів торгівлі у регіонах. Виходячи з цього, трансформація існуючих торгових елементів сфери обігу в містах має базуватися на маркетингових концепціях, які адекватно відображають рівень досягнутого потенціалу

розвитку багаторівневих торгових мереж, їх інфраструктури в різних містах [2]. Формування розвинених регіональних ринків споживчих товарів та послуг – досить складний та тривалий процес, що включає структурні зміни у виробництві, обігу та споживанні товарів. Тому в кожному регіоні має бути розроблена довгострокова концепція розвитку регіонального споживчого ринку, що включає кілька етапів з можливими альтернативними сценаріями та варіантами розвитку, вибір яких визначатиметься конкретними соціально-економічними умовами.

Ринкову інфраструктуру доцільно вивчати на основі маркетингового підходу, що дозволяє визначати основні елементи системи, найбільш суттєві зв'язки та взаємозалежності між ними, виявляти процеси, тенденції, протиріччя та проблеми функціонування системи в цілому.

Список використаних джерел:

1. Іншаков О.В. Инфраструктура рыночного хозяйства: системность исследования. *Вісник СПБУ*. 2005. Сер. 5. Вип. 2. С. 28-37.
2. Бугріменко Р.М. Маркетинговая парадигма инфраструктурного развития предприятий розничной торговли. *Торгівля і ринок України*. 2014. Вип. 37. С. 105-113.

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР В КАНАДІ

Грецька Н. А., к.е.н.

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАНУ»

Сільськогосподарська продукція, як правило, продукція з коротким терміном зберігання. Налагодження прозорих ефективних маркетингових каналів просування сільськогосподарської продукції, зменшення кількості ланок в ланцюгу поставок продукції від виробника до споживача, не менш важливі, ніж високопродуктивне виробництво. В Україні, структур, які б забезпечували аграріїв необхідними послугами по просуванню продукції на ринок практично немає. Кооперативний рух в країні не набув масового характеру. Багато кооперативів створені лише на папері. Більшість розрізнених сільськогосподарських товаровиробників реалізацією виробленої продукції займаються самотужки. Тому вивчення досвіду маркетингу та логістики сільськогосподарської продукції в країнах розвиненої ринкової економіки вкрай важливі.

В першій половині ХХ ст., як в країнах розвиненої ринкової економіки, так і в країнах, що розвиваються, набули поширення і досягли значних успіхів у збуті сільськогосподарської продукції маркетингові ради [1,2]. Маркетингові ради отримали широке розповсюдження, зокрема, в Канаді. Найбільш відома з них Канадська пшенична рада (CWB). Рада з маркетингу – організація, яка створена урядом для регулювання купівлі та продажу певного товару в межах зазначеної області (території). Повноваження рад з

маркетингу варіюються від консультаційних і рекламних послуг до повного контролю над виробництвом і продажами. Відповідно до іншої трактовки терміну, ради з маркетингу – торговельні підприємства, як спонсоруються державою і на законних підставах мають монополні повноваження по організації закупівлі та збуту сільськогосподарської продукції. Ці організації зазвичай працюють під прямим або непрямим контролем виробника, державних та муніципальних органів влади.

Канадська пшенична рада (Canadian Wheat Board, CWB) (далі – CWB) була маркетинговою радою для пшениці і ячменю в Західній Канаді. Вона заснована парламентом Канади 5 липня 1935 р. Її діяльність регулювалася канадським законом «Про пшеничну раду». Рада функціонувала як обов'язкова система збуту пшениці і ячменю в Альберті, Саскачевані, Манітобі та невеликій частини Британської Колумбії. Будь-який фермер в районах, що знаходяться під юрисдикцією ради, не мав права реалізовувати свою пшеницю і ячмінь через інший канал, ніж CWB. Хоча раду часто називали монополією, вона була швидше монопсонією, оскільки була єдиним покупцем пшениці і ячменю на зазначених вище територіях Канади. Це було маркетингове агентство, яке діяло від імені західних канадських фермерів, передаючи всі доходи, отримані від своєї діяльності фермерам.

На мікрорівні Канадська пшенична рада намагалася стабілізувати ринок для розрізнених фермерів, захищаючи їх від непередбачених різких коливань ціни на пшеницю. Більш широкою метою було запобігання несподіваних потрясінь для канадської економіки. Основна мета Канадської пшеничної ради – отримати найкращу ціну для свого продукту (канадської пшениці та ячменю). Повсякденні операції базувались на трьох керівних принципах: продаж «одного бюро», єдина загальна ціна та державні гарантії.

Канадська пшенична рада мала ексклюзивні повноваження щодо збуту пшениці та ячменю, вирощеного в Західній Канаді, як для внутрішнього, так і для міжнародного ринків. Фермери не могли продавати своє зерно самостійно, але повинні його були доставляти його до Канадської пшеничної ради.

Ринкова влада ради над маркетингом на пшеницю і ячмінь отримала назву «єдиний стіл». Мандат CWB полягав в тому, щоб платити фермерам базову ціну за їх зерно (укладати ф'ючерсні контракти з фермерами), визначати ринки, обговорювати кращу ціну, доставляти товар, видавати авансові чеки і здійснювати остаточні розрахунки після продажу врожаю. Якщо ринкові ціни підвищувалися – селяни отримували прибуток. Якщо ціни знижували, уряд відшкодовував збитки. Нічого не віднімалося від ціни, яку отримував фермер, крім вартості витрат на маркетинг і доставку.

На тлі критики діяльність ради, її повноваження було офіційно припинено 1 серпня 2012 р. в результаті прийняття законопроекту С-18, також відомого, як «Закон про вільний маркетинг». Він був внесений на розгляд парламенту урядом прем'єр-міністра Стівен Харпера і прийнятий в грудні 2011 р. Рада з пшениці змінила свою назву, що відобразило зміну її

статусу. Вона продовжує функціонувати, як зернова компанія, хоча законопроект також встановив терміни для можливої її приватизації. 15 квітня 2015 р. було оголошено, що 50,1% мажоритарного пакету акцій компанії буде придбано компанією Global Grain Group. Ця компанія – спільне підприємство Bunge Limited і Саудівської інвестиційної сільськогосподарської і тваринницької компанії. Вартість пакета акцій – 250 млн USD. Назва Ради було змінено на G3 Canada Limited.

Зараз канадська маркетингова рада з пшениці – G3 (Global Grain Group) є спільним підприємством між Bunge Canada (Bunge) і SALIC Canada Ltd., дочірньою компанією Саудівської сільськогосподарської і тваринницької інвестиційної компанії (SALIC). Вона створювалась для здійснення інвестицій в сільськогосподарську зернову промисловість Канади.

Залізничні перевезення зерна у Канаді регулюються державою. Ще в 1897 р. було прийнято Угоду “Crow Nest Pass Agreement” (“Договір про перепустку “Вороняче гніздо”), відповідно до якої федеральний уряд надавав субсидії на перевезення зерна з прерій західних провінцій на експортні ринки [3]. З 1941 р. діяла Програма сприяння перевезенню кормового зерна, за якою субсидувалося зберігання та транспортування кормового зерна з прерій у східних канадських провінціях та до Британської Колумбії з метою стимулювати розвитку тваринництва. У зв’язку із зобов’язаннями у рамках Угоди СОТ з сільського господарства з 1995 р. Канада скасувала транспортні субсидії на перевезення зерна. Водночас, відповідно до прийнятого в 1996 р. закону “Про перевезення” (“Canada Transportation Act”) посилилось регулювання тарифних ставок: були встановлені максимальні норми, які могли використовувати перевізники при транспортуванні зерна. У 2000 р. до цього закону були внесені зміни, що замінили регульовані граничні фрахтові ставки встановленням лімітів на доходи (“Maximum Revenue Entitlement”) залізничних компаній від перевезення зерна із західних провінцій. Щорічно Канадське транспортне агентство встановлює межу максимальних доходів для основних залізничних компаній “Canadian National Railway” (Канадська національна залізниця) та “Canadian Pacific Railway” (Канадська Тихоокеанська залізниця) з урахуванням експлуатаційних витрат та розумної норми прибутку. При цьому підприємства самостійно визначають тарифи на перевезення зерна, але за перевищення встановлених лімітів сплачують штраф, який разом із сумою, що перевищує граничний дохід, направляється до “Western Grain Research Foundation” (Західний фонд досліджень зернових).

Список використаних джерел:

1. Tamilia, Robert D. The importance of marketing boards in Canada: a twenty-first century perspective [Electronic resource] British Food Journal. – 2007. – № 2. – Р. 119–144. – Mode of access: – https://www.jstor.org/stable/825670?read-now=1&seq=1#page_scan_tab_contents.

2. Veeman M. M., Veeman T. S. Canadian Wheat Board. [Електронний ресурс]: The Canadian encyclopedia – Режим доступу: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/canadian-wheat-board/>

3. Norrie K., Regehr T. Crow's Nest Pass Agreement. [Електронний ресурс]: The Canadian encyclopedia. – Режим доступу: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/crows-nest-pass-agreement>

СТРАТЕГІЧНИЙ НАБІР ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Бакланська Ю.С., магістр

Сумський національний аграрний університет

З метою ефективного вирішення різноманітних управлінських проблем пов'язаних з функціонуванням підприємства в ринкових умовах, керівництву підприємства необхідно створювати певний набір дієвих стратегій, які мають намітити напрям розвитку підприємства в напрямку успішного досягнення ним поставлених цілей. Саме стратегічний набір повинен забезпечувати використання конкурентних переваг для забезпечення стійкого розвитку підприємства в умовах мінливого як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Розробка оптимального набору стратегій у довгостроковій перспективі складає основу стратегічного планування і є запорукою успіху будь – якого підприємства. В процесі формування стратегії необхідно враховувати багатоплановий характер діяльності будь – якого сучасного підприємства, оскільки складна внутрішня структура вимагає розробки системи стратегій у вигляді стратегічного набору.

Стратегічний набір - це сукупність основної та допоміжних стратегій, що формуються для кожного окремого підприємства з урахуванням притаманних йому специфічних та особливих рис у напрямку досягнення мети його сталого розвитку за допомогою чітко окреслених заходів використання та нарощення конкурентних переваг в умовах нестабільності внутрішнього та зовнішнього середовища [3, с. 285]. □

Тож, необхідність формування стратегічного набору сучасними підприємствами зумовлена тим, що в практичній діяльності недостатньо уваги приділяється розгляду допоміжних стратегій, тобто на підприємстві дуже часто ухвалюється лише одна стратегія, яка інколи немає під собою аналітичного підґрунтя і на практиці не підкріплюється відповідним потенціалом для своєї реалізації. Більше того, деякі обрані стратегії переважно не спрямовані на використання конкурентних переваг конкретного суб'єкта господарювання, збереження та нарощення його особливостей, а складені за однотипним шаблоном, без врахування специфіки його діяльності.

Обґрунтований стратегічний набір – такий, що є правильним для підприємства і якого можна досягти за допомогою наявного потенціалу та певних зусиль щодо його трансформації для забезпечення конкурентоспроможного рівня в довгостроковій перспективі [1, с. 81].

Обґрунтований і добре сформований стратегічний набір має відображувати наявний рівень розвитку господарюючого суб'єкта та відповідати його цілям; враховувати специфіку, умови діяльності та потенціал подальшого розвитку підприємства, згідно вибраних стратегій; забезпечувати досягнення визначеного рівня конкурентоздатності за використання наявного ресурсного потенціалу; відповідати обґрунтованому рівню ризику, що закладений у сформованих стратегіях подальшого розвитку; □ забезпечувати ефективне стратегічне функціонування як в цілому підприємства, так і його функціональних підрозділів.

За своїм функціональним призначенням стратегічний набір має заповнити «стратегічний розрив» підприємства, який характеризує невідповідність або інтервал між поточною позицією та можливостями підприємства, які зумовлені наявними тенденціями оточуючого середовища функціонування підприємства та бажаними стратегічними орієнтирами його подальшого розвитку, що є необхідними та обґрунтованими для розв'язання існуючих проблем, забезпечення зростання та зміцнення конкурентоздатності підприємства в довгостроковій перспективі. Стратегічний розрив – це простір стратегічних рішень, які має прийняти керівництво підприємства, спрямованих на вирішення виявлених проблем з метою перетворення наявного потенціалу та тенденцій розвитку в бажаний стан [2, с. 156].

Задля отримання ефективного стратегічного набору, при його формуванні слід дотримуватися низки вимог. Зокрема, стратегічний набір має бути орієнтованим на досягнення реальних взаємопов'язаних цілей, характеризуватися ієрархічним характером, що обумовлює виокремлення загальної стратегії та товарних стратегій окремих стратегічних господарських підрозділів, орієнтованим на спроможність до певної компенсації взаємопов'язаних стратегічних рішень; обґрунтованим, характеризуватися гнучкістю та динамічністю обраних стратегій через здатність реагувати на зміни оточуючого середовища; забезпечувати баланс рівноваги між прибутковими та витратними стратегіями, основними та резервними тощо.

Отже, питання формування стратегічного набору підприємства, зокрема забезпечення раціонального розподілу всіх видів ресурсів між напрямками діяльності та їх ефективного використання для якнайкращого досягнення поставлених стратегічних орієнтирів, є та має залишатися однією з головних цілей стратегічного управління на підприємстві. Оскільки відсутність стратегічного набору та комплексу заходів з його реалізації гальмує розвиток будь – якого підприємства та в кінцевому підсумку може призвести до втрати його ринкових позицій.

Список використаних джерел:

1. Демиденко С. Формування стратегічного набору підприємства. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. 2015. Випуск 39.

Частина II. С. 80 – 85. URL: <http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/84503> (дата звернення: 13.05.2022).

2. Юрченко Ю.О. Сутність та структура стратегічного набору будівельних підприємств. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. № 5(67). С. 151 – 156. URL: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/5_67_2018_ukr/25.pdf (дата звернення: 14.05.2022).

3. Якубів В. М., Боришкевич І. І. Стратегічний набір як невід’ємний інструмент розвитку сільськогосподарських підприємств. *Проблеми економіки*. 2017. №1. С. 284 – 289. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-1_0-pages-284_289.pdf (дата звернення: 14.05.2022).

МЕНЕДЖМЕНТ ПРИВАТНИХ ОСВІТНІХ ЦЕНТРІВ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ ТА ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Білоус П.В., студентка 2 курсу

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Як казав Вінстон Черчилль: «Будь-яка криза – це нові можливості». [2] Цей вислів дуже влучний, коли мова заходить про актуальні події в Україні – спочатку всесвітньо вражаючий COVID-19, через який багато хто відкрив нову для себе форму навчання – дистанційну, а наразі – повномасштабне вторгнення агресора, що майже остаточно добило можливість якісно отримувати освітні послуги. Найбільшого успіху досягають ті, хто здатен швидко пристосовуватися до неможливих у контролюванні змін життя. Більшість суб’єктів підприємницької діяльності вимушені повністю або частково перейти працювати онлайн. Це стосується, зокрема, роботи приватних освітніх центрів, які мають важливу місію – надавати додаткові знання в цікавій формі.

У таких умовах менеджер має нові задачі, наприклад, побудувати наново стратегію управління командою. Перехід на онлайн-формат змінює взаємовідносини на більш довірчі, оскільки неможливо впливати наживо на людей, побачити, наскільки добре справляється репетитор. У цій ситуації керівник може отримувати зворотній зв’язок від самих клієнтів (у випадку, коли учні неповнолітні, клієнтами виступають батьки чи опікуни, але ніщо не заважає опитувати дітей), щоб почути чесну думку про свого працівника та надати йому відповідні рекомендації з вдосконалення якості роботи. Аби не втрачати так званий командний дух, можна проводити онлайн-наради, де будуть обговорюватися актуальні проблеми та визначені шляхи розвитку фірми.

Періоди пандемії та військового стану викликали труднощі з підбором викладачів (сарафанне радіо вже не так працює) і фінансовою здатністю клієнтів. Перехід на онлайн через пандемію спричинив відмову більш

дорослих викладачів, бо технологічно їм було важко пристосуватися до певних платформ, на яких проводити заняття, для деяких це було принципово. Так само і для клієнтів, які не могли передбачити, чи буде такий формат навчання ефективним. Маючи гіперактивних дітей, вони не хочуть оплачувати заняття онлайн, завідома знаючи, що коли така дитина буде сидіти вдома перед монітором на занятті, вона буде відволікатися на щось своє. Деякі з клієнтів втратили роботу якщо не через пандемію, то під час військового стану, тому можуть вважати, що організація має працювати собі в збиток.

Освітній центр має робити перше заняття безкоштовним, а на наступні надавати знижки. У такий час частину прибутку можна переводити на потреби армії чи перевіреним волонтерам у спеціальні фонди, аби показати свою небайдужість. Клієнтам це має імпонувати, хтось із них навіть захоче платити більше за надані освітні послуги, знаючи, на яку добру та потрібну справу піде різниця. Тож важливо задіяти патріотичний метод впливу на споживача. Надати підтримку дітям, які постраждали внаслідок ситуації в країні, можна за допомогою проведення безкоштовних трансляцій із різних дисциплін на якійсь платформі декілька разів на тиждень. Це може допомогти їм і повернути відчуття колишнього нормального життя.

Керівництво має продемонструвати турботу про своїх працівників, виплатити всю заробітну платню, адже він несе відповідальність за своїх підлеглих у цьому плані, проявляти емпатію та, в разі потреби, допомогти всіма можливими засобами. Якщо працівник намагається евакуюватися з гарячих точок, менеджер може не тільки запропонувати фінансову підтримку, а й навіть знайти тих, хто буде готовий надати притулок за необхідності.

Коли працівник знаходиться в безпеці та готовий морально проводити заняття, йому необхідно зв'язатися з усіма учнями. Менеджер зможе проконсультувати та скорегувати викладача, аби той зміг якомога правильніше донести думки щодо продовження навчання, з'ясувати, чи готові клієнти до цього. Якщо виявиться, що учень готовий до продовження навчання, а працівник – ні, тоді менеджеру необхідно знайти найбільш вдалий варіант із заміною викладача.

У такі періоди для керівництва з'являються дві проблемні категорії клієнтів: боржники та ті, хто навпаки мав переплату. Із першими виникає проблема, що вони можуть не оплатити свій борг через негативну ситуацію в країні. Другі будуть намагатися повернути гроші з балансу назад. Оскільки менеджер повинен вміти взаємодіяти з людьми, він має якимось вплинути на боржників, щоб вони сплатили хоча б частину, а з тими, хто хоче повернути свої гроші, домовитися про продовження занять за ці кошти в мирний час.

Разом із тим виникає проблема зі звітністю, а саме відсутністю в Україні якісно зробленої CRM-системи (Customer Relationship Management), тобто управління відносинами з клієнтами, тому більшості освітніх центрів довелося відмовитися від непоганих систем країни-агресора та адаптувати

звітність, користуючись менш зручними засобами. [1] Репетитора необхідно мінімально навантажувати зі звітами та не вводити в його обов'язки брати плату за заняття, призначити відповідальним за це окрему особу.

Підсумовуючи зазначені вище на прикладі приватних освітніх центрів проблеми, можна переконатися, що в будь-якій кризовій ситуації можливо знайти оптимальне рішення, яке призведе підприємство до ще більш ефективних результатів, чим напередодні, завдяки правильно влаштованому менеджменту закладу. Що б не траплялося, треба робити те, що виходить найкраще, та намагатися пристосуватися до змін, якщо не виходить впливати на ситуацію.

Список використаних джерел:

1. Мозгова Г. В., Морозов А. О., Фомін О. Д. Використання CRM-систем на українському ринку: особливості та перспективи. // Проблеми системного підходу в економіці. 2017. № 2 (58). С 89–94.
2. Цей день в історії: Правила життя Вінстона Черчилля. URL: <https://www.jnsn.com.ua/h/PZ15/>.

ОРГАНІЧНІ ПРОДУКТИ У ХАРЧУВАННІ ДІТЕЙ

Удова Л.О., к.е.н.,

Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

Сьогодні все більше зростає зацікавленість споживачів в екологічно чистих продуктах харчування, виробництво яких не чинить негативного впливу на навколишнє середовище. Важливим напрямом використання органічної продукції є поширення її вживання у шкільних закладах освіти. Дитячий організм є більш вразливим до дії залишків пестицидів, нітратів, важких металів та антибіотиків у продуктах харчування, тому органічні продукти особливо корисні для дітей. Європейські країни вже давно запроваджують певний відсоток органічних продуктів харчування закладів освіти в системі державних закупівель та стимулюють виробництво органічної продукції. Втім, в країнах Європи такі програми підкріплюються значними вливаннями з бюджетів як безпосередньо самої країни, так і Євросоюзу.

З 2014 р. у деяких федеральних землях Німеччини була запроваджена програма ЄС із забезпечення фруктами шкільних закладів освіти з метою профілактичної роботи у рамках охорони здоров'я. Програмою передбачається споживання трьох порцій фруктів/овочів протягом тижня на дитину (загалом 300 г) як перекус. Участь дітей у зазначеній програмі – безкоштовна (діти початкових шкіл (1-4 класи) – за бажанням). Дана програма була підтримана закладами освіти, оскільки кількість зацікавлених з роками зростала. Починаючи з 2017 р. почала діяти «Шкільна програма ЄС», яка передбачала, за бажанням дітей, включення до їх раціону, крім

фруктів та овочів, 200-250 мл молока на тиждень [1]. Однак, учні найбільше перевагу віддають споживанню фруктів та овочів. Програма діє і сьогодні. До позитивних ефектів програми ЄС із забезпечення дітей органічними фруктами, овочами та молоком слід віднести: покращення знань в учнів про фрукти, овочі та молоко; поліпшення моторики у дітей завдяки поділу фруктів та овочів на шматочки; зростання бажання споживати фрукти та овочі.

Після запровадження приготування їжі з органічних продуктів у шкільному харчуванні Німеччини відбулося збільшення споживання органічних продуктів через привабливий вигляд страв; зменшилася кількість споживання м'яса з одночасним збільшенням частки овочів; зросла кількість вегетаріанських страв; у шкільних їдальнях збільшилася кількість регіональних і сезонних продуктів; здійснюється розрахунок оптимальної кількості їжі.

В Україні також започатковано цей процес. Зокрема, почалась активна реформа системи шкільного харчування, триває вдосконалення законодавства у сфері дитячого харчування. Метою реформування є підвищення загального рівня якості, поживності та безпечності харчових продуктів у меню українських шкіл. Уже розроблено методичні рекомендації, оновлено вимоги до організації харчування в навчальних закладах, відбулась модернізація харчоблоків і розроблене саме меню. Реформа запроваджує здорове харчування в закладах освіти.

Законодавча база у сфері дитячого харчування сьогодні досить широка. Це Закони України «Про дитяче харчування», «Про охорону дитинства», «Про безпечність та якість харчових продуктів» і «Про молоко та молочні продукти» тощо, можна віднести і клінічний протокол медичного догляду за здоровою дитиною віком до 3 років. Однак чинні рекомендації щодо вигодовування дітей віком від 3 до 5 років поки є загальними і неповними, а сучасні офіційні норми споживання харчових речовин для категорії дітей від 0 до 5 років в Україні не переглядалися після 2000 р. і відрізняються від сучасних світових стандартів.

У жовтні 2021 р. було ухвалено Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства ЄС» [2], згідно з яким вітчизняне регулювання буде узгоджене з регулюванням ЄС. Українські виробники, які відповідатимуть новим вимогам, зможуть постачати ту саму продукцію одночасно як на внутрішній ринок, так і на зовнішній. Для виробництва дитячого харчування можна буде використовувати молоко тільки високої якості. Перелік інгредієнтів, заборонених до використання у виробництві дитячого харчування, буде приведено у повну відповідність до законодавства ЄС, у тому числі буде заборонено використання глютену. У повну відповідність до законодавства ЄС буде приведено й порядок маркування дитячого харчування, на якому не можна буде використовувати фотографії та зображення дітей. Міністерство

охорони здоров'я України затвердить мінімальну і максимальну дозволена кількість мінеральних речовин і вітамінів у дитячому харчуванні. Також буде збережена так звана «соціальна складова» – певним категоріям дітей держава надаватиме безкоштовне харчування.

У найближчій перспективі в Україні доцільно, з урахуванням досвіду європейських країн, запровадити у шкільних закладах освіти використання органічної продукції у щоденному меню, що приведе до розширення споживання дітьми органічних фруктів, овочів та молока, які містять більше, порівняно з конвенційними, корисних речовин, необхідних для підтримки життєдіяльності школярів.

Заслуговує на увагу й адаптація європейського законодавства щодо державного регулювання та підтримки впровадження «Шкільної програми органічного харчування», яка включає створення та постійну підтримку мережі постачальників органічної продукції; регулювання встановлення оптимальної ціни на таку продукцію; часткове покриття державою витрат на закупівлю органічної продукції для шкільного харчування тощо.

Список використаних джерел

1. Забезпечення шкіл органічними фруктами, овочами та молоком у федеральній землі Нижня Саксонія – практична реалізація і досвід з 2014 року. Центр компетенцій органічного сільського господарства Нижньої Саксонії. URL: www.bio-schulobst.de; Органічні харчові продукти в шкільному харчуванні Німеччини: огляд. Interbio nouvelle-aquitaine. URL: <https://interbionouvelleaquitaine.com>.

2. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства ЄС». URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.

РОЗРОБКА ПРОЦЕСУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ

Кобелєва А.В., аспірант

Перерва П.Г., д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Результати комерціалізації технологій є майже у всіх продуктах і послугах, які ми використовуємо. Комерціалізація технологій – це процес виведення ідеї на ринок та створення фінансової вартості за допомогою неї – як правило, шляхом ліцензування винаходу, розробки нового продукту чи послуги або створення нового бізнесу. Продукти чи послуги, створені шляхом комерціалізації, можуть бути «новими для світу» або просто новими для регіону чи країни.

На нашу думку, комерціалізація технологій не обов'язково означає переміщення конкретної «готової технології» на ринок, але може включати

комерціалізацію на більш ранній стадії розвитку. Іноді комерціалізація технологій передбачає маркетинг ноу-хау або інтелектуальної власності, пов'язаної з технологією, компаніям, які потребують того, що знаходиться «всередині чорної скриньки», але не потребує самої скриньки.

Комерціалізація збільшує транзакції між бізнесом, оскільки комерціалізовані технології часто використовуються у виробничих процесах, а не продаються споживачеві. Комерціалізація створює розширені можливості для підприємців та розвиток мереж підтримки. Саме ці підтримувальні екосистеми ми бачимо в успішних регіонах світу.

Ідеї можуть надходити від університетів, підприємств або окремих винахідників. У кожного є ідеї, але щоб досягти успіху в комерціалізації, відсіювання ідей чи винаходів так само важливо, як і їх пошук. Якщо для ідеї не буде ринку, або вже є продукти-конкуренти, або ця ідея просто технічно нездійсненна, краще завчасно відправити їх назад на креслярську дошку.

Пропонується процес комерціалізації інтелектуальних технологій здійснювати з використанням шісти наступних етапів.:

Етап 1. Оцінка технологій. По-перше, необхідно виявити та визначити комерційний потенціал інтелектуальної власності в даній технології. По-друге, оцінити досвід та перспективи використання технології в організаціях, які будуть як її ліцензіати. Оцінка технологій може стати основою для виявлення та розуміння технологічного потенціалу та потенціалу комерціалізації науково-технічних установ країни.

Етап 2. Техніко -економічне обґрунтування та/або виготовлення прототипу. Другим кроком є визначення того, чи буде кінцевий запропонований продукт (інтелектуальна технологія) працювати в потенційного споживача. Дослідження та/або прототип є цінними як демонстрація потенційним користувачам та інвесторам.

Етап 3. Збір ринкової інформації. Ключовим кроком є виявлення конкурентів або конкуруючих продуктів і оцінка, чи задовольнить отриманий продукт відомий ринковий попит, чи може створити новий ринок.

Етап 4. Пакет «Інтелектуальна власність». Щоб визначити та вирішити, чи слід захищати пов'язану інтелектуальну власність, включаючи оцінку витрат/вигод.

Етап 5. Фінансування та експертиза. Шукайте фінанси та експертизу для кожного етапу процесу комерціалізації та пов'язаного з цим ліцензування, продажу або створення нового бізнесу (компанія «відокремлення»).

Етап 6. Обговоріть і встановіть терміни. Ведення переговорів з потенційними користувачами та клієнтами (які в багатьох випадках можуть бути іншими компаніями), а також рішення про найкращий час для запуску продукту та за якою ціною.

Наукові досягнення залишаються суттєвими елементами конкурентного успіху. Але їх замало. Успіх у конкурентній боротьбі все більше залежить від скоординованих зусиль вчених, інженерів,

виробничого персоналу та маркетологів, які базуються на проривах із постійним удосконаленням продуктів і процесів. Це може означати перепроєктування верстата, щоб включити новий двигун для роботи з новим додатком і робити це швидше, ніж у конкурентів, навіть якщо двигун не був розроблений власними силами.

Подібно до того, як якість і досконалість виробництва були ключовими для конкурентоспроможності в 1980-х роках, у 1990-х роках, комерціалізація технологій матиме вирішальне значення в першій половині XXI століття. У найближче десятиліття підприємства будуть рости і падати, занепадати та процвітати залежно від того, чи будуть вони дисциплінувати свої зусилля з комерціалізації. Деякі провідні компанії світу вже сьогодні мають можливість виводити на ринок складні технологічні продукти швидше і частіше, ніж конкуренти, які розглядають комерціалізацію як суто інтуїтивний, творчий процес. Більшість інших компаній змушені будуть розвивати цю здатність, якщо хочуть досягти комерційного успіху на своєму цільовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, №5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>
2. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
3. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, В. І. Борзенко, Т. О. Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
4. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
6. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
7. Грабченко А.И., Смолвик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
8. Маркетинговий менеджмент на світовому ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] : конспект лекцій / П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2020. 35 с.
9. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.

10. Kosenko O.P., Kobieliieva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

11. Kobeleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.

12. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.

13. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.

ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

Косенко А.В., к.е.н., професор

Перерва П.Г., д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Інноваційні процеси у країнах, що розвиваються, відрізняється від інноваційного процесу в розвинених країнах, при цьому зрілі технології часто впроваджуються з обмеженим успіхом. Університети все частіше розглядаються політиками як двигуни інновацій через центри міжнародного трансферу технологій. Однак із прийняттям різних нових законів про права інтелектуальної власності університетські центри трансферу технологій в країнах, що розвиваються, мали неефективний підхід до передачі технологій [1-15].

Різноманітність, виявлена в різних центрах міжнародного трансферу технологій, крім того, що є наслідком можливостей і мотивів різних зацікавлених сторін (державних дослідницьких організацій, промисловості, консалтингових фірм та державних органів), також відображає особливості державних стимулів або політики та їх різний ступінь прихильності до передачі технологій. Незважаючи на те, що література про передачу технологій є великою, лише кілька досліджень (до сьогоднішнього дня) досліджували роль інноваційної політики щодо ефективності центрів міжнародного трансферу технологій та інструментів, доступних топ-менеджменту університетів та підприємств для покращення передачі технологій за рахунок державно фінансованих досліджень [1, 4, 7, 9, 12, 14].

Результати проведеного дослідження показали, що існує дуже сильна, позитивна кореляція між рівнем міжнародного трансферу технологій та рівнем інноваційного розвитку європейських економік за останні роки. Крім того, результати дослідження дозволили визначити ключові рушії міжнародного трансферу технологій та інновацій [1, 9, 15]. У випадку

міжнародного трансферу технологій це була співпраця з партнером у Європі, США, Китаї чи Індії, а у випадку інновацій: патенти, працевлаштування в наукоємній діяльності, а також витрати підприємств на дослідження та розробки.

У сучасних макроекономічних умовах міжнародний трансфер технологій слід розглядати як елемент багатостороннього потоку інформації та технічних знань. Він об'єднує різні галузі науки, установи, підприємства, що веде до створення певної більш-менш передової технологічної бази. Це надзвичайно важливо з огляду на значення цієї бази для ефективності трансферу. У країнах, чия технологічна база недостатньо розвинена, суб'єкти господарювання можуть підвищити ефективність виробництва, впроваджуючи технології, придбані в інших місцях, або намагаючись створити власні рішення в тих економіках, які є технологічно стійкими. Обсяг створеної таким чином технологічної бази визначає, отже, ефективність управління технологіями та можливість створення технологічних інновацій.

Аналізуючи технологічні рейтинги окремих країн, ми можемо оцінити процеси міжнародного трансферу технологій та їх вплив на рівень інновацій. Існує велика різноманітність таких відносин, особливо щодо інновацій. В основному це пов'язано з ефективністю самого міжнародного трансферу технологій, а з іншого боку – з різним ступенем готовності засвоювати та використовувати технології в різних країнах

Трансформація економік ЄС, зумовлена міжнародним трансфером технологій, знайшла відображення передусім у зміні структури ринків (більша частка високотехнологічних галузей та послуг), макроекономічній стабілізації та інституційних змінах [1, 8, 10, 13]. Це призвело до посилення акценту на ефективності підприємств, їх більшій конкурентоспроможності та зміни ролі в національних інноваційних системах. Економіка стала більш відкритою для встановлення ділових зв'язків із країнами, які були основними джерелами передачі технологій.

Нові ринкові інститути, що працюють в умовах інноваційних систем, в основному завдяки кращій здатності оцінювати потреби ринку, сприяли підвищенню ефективності та динаміки економічного розвитку. Без сумніву, це дало поштовх до інноваційності за рахунок більш широкого використання передових (прогресивних технологічних процесів, створених на основі об'єктів інтелектуальної власності. Все це і визначає суттєві переваги та ефективність міжнародного трансферу технологій.

Список використаних джерел:

1. Robert W., Skrodzka I. International technology transfer and innovative changes adjustment in EU. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00181-019-016838>
2. Грабченко А.И., Смолвик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.

3. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, №5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>
4. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
5. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
6. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, В. І. Борзенко, Т. О. Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
7. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
8. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
9. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
10. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
11. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
12. Kobleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.
13. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
14. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
15. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ СТВОРЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Маслак М.В., к.е.н., доцент

Перерва П.Г., д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

У контексті того, що четверта промислова революція (Індустрія 4.0) поступово формується та поширюється по всьому світу, коли технологія є одним із передових і домінуючих факторів економіки, ніхто не може заперечувати важливість і цінність інтелектуальної власності, зокрема, для бізнесу та сучасної економіки в цілому [1-13].

Разом з тим, в нашій країні, можливо, за винятком стартапів у сфері технологій, багато підприємств все ще недооцінюють питання управління своїми інтелектуальними здобутками [3, 6, 9, 12]. Причини цієї проблеми частково можуть бути пов'язані з тим, що об'єкти інтелектуальної власності не приносять негайної вигоди підприємству, а з іншого боку – через те, що власники бізнесу та керівники ще не визначили об'єкти інтелектуальної власності, наявні в їхньому підприємстві, для вжиття відповідних управлінських заходів.

Щоб заробити гроші на інтелектуальній власності, бізнесмени повинні спочатку визначити, що це таке, де вона існує в їхньому бізнесі, потім подумати, як нею керувати, і, нарешті, збільшити вартість цих активів і заробляти на цьому гроші [1, 6, 11]. В нашій доповіді ми акцентуємо увагу на основних формах інтелектуальної власності, щоб можна було визначити існуючі форми інтелектуальної власності на підприємстві та мати підстави для подальших кроків щодо управління інтелектуальною власністю.

Інтелектуальна власність, перш за все, повинна бути продуктом інтелектуальної діяльності людини. Думки, ідеї або навіть почуття, емоції... про всі речі, явища, проблеми в житті є примітивними продуктами людської інтелектуальної діяльності. Ці ідеї та почуття не вимагають від людини, яка їх створила, витрачати багато часу та зусиль, тому вони не приносять прибутку і їх дуже легко поділитися з іншими [2, 7, 13]. Але коли до них докласти більше зусиль, такі думки та ідеї поступово стають інтелектуальними продуктами.

Процес створення інтелектуального продукту має проходити багато етапів, на яких не кожна форма інтелектуального продукту підлягає захисту відповідно до закону, хоча все ще може бути прибутковою для бізнесу. І навіть якщо ці інтелектуальні продукти відповідно до закону мають право стати юридичним активом, не всі підприємці знають або звертають увагу на те, щоб приступити до реєстрації охорони в компетентному державному органі для визнання права інтелектуальної власності [1, 4, 5]. Тому дуже важливо виявляти й управляти інтелектуальними продуктами, що виникають під час роботи підприємства, щоб перетворити їх на інтелектуальну

власність, або, крім того, або навіть створити репутацію та ринкову вартість бізнесу.

Потенційне джерело знань індивіда величезне, включаючи (але не обмежуючись) досвід, ноу-хау, технології, творчість, яка створює ідеї, думки, почуття. З цих примітивних інтелектуальних продуктів, через робочий і творчий процес, люди можуть продемонструвати ці потенційні знання ззовні через такі продукти, як документи, креслення, програми, дані, процеси тощо. Якщо їх правильно використовувати, ці інтелектуальні продукти можуть стати інтелектуальною власністю і навіть видом власності, визнаний законом (правом інтелектуальної власності).

Потенційне джерело знань окремих співробітників є гігантським, але коли воно проявляється зовні через робочий процес, воно формується у певній формі, яку бізнес може використовувати, наприклад, продукти, статuti, процеси, форми. У звітах, документах про знання, ноу-хау, винаходи, інновації тощо підприємства повинні визначити такі питання: чи можуть ці продукти принести користь бізнесу? чи можна це розкрити назовні чи потрібно тримати в таємниці? і має цей продукт виконувати будь-які процедури, щоб стати активом?

Відповідаючи на вищезазначені запитання, керівники бізнесу можуть визначити інтелектуальну власність, що виникає на їхніх підприємствах, і провести попередню класифікацію, а потім застосувати відповідні заходи управління.

Ідентифікація інтелектуальної власності на підприємстві є довготривалим процесом і має здійснюватися на регулярній основі, оскільки творча діяльність та інтелектуальні продукти завжди виникають під час діяльності бізнесу. Менеджери та власники повинні бути досить делікатними та прискіпливими, щоб розпізнати та вивести їх на новий рівень.

Список використаних джерел:

1. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П.Г.Перерва [та ін.] ; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.

2. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, №5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>

3. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.

4. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

5. Kobeleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.
6. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
7. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
8. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
9. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
10. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
11. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
12. Маркетинговий менеджмент на світовому ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] : конспект лекцій / П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2020. 35 с.
13. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.

ДЕРЖАВНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Т. В. Черничко, д.е.н.

Мукачівський державний університет

В. І. Рибчак, к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

Основними нормативними документами, які регламентують стратегічні аспекти розвитку підприємств малого та середнього бізнесу є: Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [1]; Закон України «Про засади державної регіональної політики» [2]; Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» [3]; Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 05 серпня 2020 р. № 695 [4]; Порядок розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 932 [5]; Стратегія

розвитку малого та середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24.05.2017 № 504 (далі – Стратегія розвитку МСП) [6].

Метою Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в Україні є сприяння розвитку підприємств малого та середнього бізнесу в Україні, створення сприятливих умов для відкриття, ведення і зростання бізнесу шляхом консолідації зусиль усіх зацікавлених сторін, що забезпечить соціально-економічний розвиток країни та підвищить рівень життя населення.

Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року передбачала наступні напрями [6]:

Напрямок 1. Створення сприятливого середовища для розвитку малого і середнього підприємництва (законодавство, інформація, стратегічні та програмні документи, інституційне середовище, співпраця між сторонами, державно-приватний діалог, а також охоплює питання сприятливого бізнес-клімату, можливості оцінки впливу зміни законодавства на провадження підприємницької діяльності, спрощений порядок реєстрації та закриття підприємств, отримання ліцензій та дозволів, розширення доступу малого і середнього підприємництва до публічних закупівель, що необхідно вирішити);

Напрямок 2. Розширення доступу малого і середнього підприємництва до фінансування (активізація фінансування малого і середнього підприємництва комерційними банками, розширенні переліку кредитних послуг (гарантійні схеми, лізинг, факторинг, експорт, страхування тощо);

Напрямок 3. Спрощення податкового адміністрування для малого і середнього підприємництва (підвищення рівня стабільності та прогнозованості податкової системи, якості та ефективності податкового адміністрування);

Напрямок 4. Популяризація підприємницької культури та розвиток підприємницьких навичок (забезпечення розвитку та популяризацію культури підприємництва). Слід докласти додаткових зусиль для підвищення рівня фінансової грамотності, підтримки соціального підприємництва та стимулювання безперервного навчання;

Напрямок 5. Сприяння експорту/інтернаціоналізації малого і середнього підприємництва (узгодження економічних правил, у тому числі вимог до безпечності, захисту прав інтелектуальної власності, конкуренції і державної політики допомоги тощо, з нормами ЄС);

Напрямок 6. Підвищення конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу малого і середнього підприємництва (сприяння підвищенню рівня конкурентоспроможності та інноваційності малого і середнього підприємництва зокрема, через стимулювання суб'єктів малого і середнього підприємництва до надання якісних послуг, встановлення нижчих цін, впровадження інновацій).

У травні 2020 року КМУ затверджено Державну програму стимулювання економіки для подолання негативних наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на 2020-2022 роки [7] у який акумульовано значний перелік заходів, спрямованих на підтримку підприємств малого та середнього бізнесу. По-перше, буде розв'язано проблеми з ліквідністю малого та середнього бізнесу шляхом впровадження заходів, спрямованих на збереження робочих місць, спрощення доступу до фінансів та зменшення витрат бізнесу. Також з метою поліпшення доступу до фінансів передбачається створення та забезпечення ефективної діяльності Фонду фондів. По-друге, буде розширено доступ до ринків шляхом залучення малого та середнього бізнесу до здійснення заходів із соціально-економічного розвитку окремих територій. По-третє, буде проведено оптимізацію регулювання та полегшення адміністративних процедур для малого та середнього бізнесу, що супроводжуватиметься створенням ефективної інфраструктури підтримки підприємництва.

У Програмі зазначено на забезпеченні ставки за кредитом для позичальників – суб'єктів малого та середнього бізнесу в розмірі 3 відсотки шляхом надання державою відповідної компенсації банкам, зокрема на відновлення діяльності малого та середнього бізнесу після закінчення карантину [7].

Запроваджено новий інструмент державної підтримки суб'єктів малого та середнього бізнесу шляхом надання державних гарантій на портфельній основі для забезпечення часткового виконання їх боргових зобов'язань перед банками-кредиторами [7]. Запроваджено фінансування суб'єктів малого та середнього бізнесу для участі в публічних закупівлях шляхом розвитку альтернативних банківському кредиту способів фінансування (безрегресного факторингу) та створення державного Фонду фондів з метою залучення прямих іноземних інвестицій у розвиток малого та середнього бізнесу [7].

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>
2. Закон України «Про засади державної регіональної політики». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text>
3. Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1602-14#Text>
4. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 05 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>
5. Порядок розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів, затверджений

постановою Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 932. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/932-2015-%D0%BF#Text>

6. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 № 385. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF#Text>

7. Державна програма стимулювання економіки для подолання негативних наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на 2020-2022 роки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-derzhavnoyi-programi-stimulyuvannya-ekonomiki-534-270520>

FEATURES OF DETERMINING THE STRUCTURE OF THE FOOD COMPLEX IN ORDER TO ENSURE ITS BALANCED AND EFFECTIVE DEVELOPMENT

Nataliia BLENDA, *PhD in Economics*

Inna CHERNEHA, *Doctor of Economic Sciences*

Uman National University of Horticulture

Balanced development of the food complex is one of the main goals of the national economy. It is a necessary condition that determines the level and quality of life of the population. According to the definition of Senyshina O.V., the food complex as a socio-economic system is characterized by a number of qualitatively defined elements and processes that are in interaction and interconnection. It is these constituent elements - industry and production - that form its structure. The structure of the food complex is the foundation for analytical research, because the features of the structure depends, on the one hand, the satisfaction of social needs, and on the other - the efficient use of all types of production resources [5, p. 252].

The structure of the food complex should be considered from the standpoint of spatial (territorial), sectoral and functional approaches.

Structural and food sphere of any territorial unit (world, continent, region, country) includes food production, distribution, exchange, and consumption in all its segments - production (agriculture, food, and processing industry), trade and distribution (wholesale and retail trade), consumer (personal and industrial consumption), etc. [2, p. 52].

The functional structure of the food complex determines the integration properties of individual industries, as well as the complex integrated nature of the reproductive process of agri-food production. Structuring is based on the separation of sequentially functioning production units with vertical production and technological links.

The sectoral structure of the food complex determines the composition and quantitative ratio of the main industries, their parts, as well as intersectoral and intra-industry processes within it based on the division of labor [6]. Thus, the

largest share is currently occupied by agriculture, which involves more than half of the total number of employees, about a third of employees are the share in the food industry and procurement, storage, and sale of finished products [3, p. 13].

Structuring the food complex there are large blocks of industries - spheres. The three-sphere model of the structure of the agro-industrial complex has become the most widespread [1, p.109]. Under the three-sphere structure, the first sphere includes industries whose main task is to provide material and technical resources to the agriculture and processing industry. The second area includes agriculture. The third area - is processing industries and industries related to the procurement, transportation, storage, and sale of finished goods.

However, scientists [4, p.9; 7, p.5] consider the most reasonable four-sphere structure of the food complex, which includes the following industries:

- agriculture (food part) and other types of production of food resources, namely: fisheries, salt industry, bottling of mineral waters, food resources of forests, etc .;
- processing industry;
- agricultural service or production infrastructure;
- trade in food products or market infrastructure.

According to Senyshin O.V. [5, p. 253], the food complex should include agriculture, processing, food industry, and enterprises selling the final product, supplemented by the fields of mechanical engineering, ferrous metallurgy, energy, construction, and other industries in terms of relations with food production. However, this approach to determining the composition of the food complex does not allow to clearly define its boundaries. In this case, the food complex in its scale and structure to some extent coincides with the boundaries of the economy as a whole, as only some industries do not work for food production.

When determining the structure of the food complex, it is advisable to combine a sectoral and functional approach. Thus, the structure of the system is inextricably linked with its functions [3]. Functional-sectoral structure of the food complex is a set of industries and activities that perform certain functions and are integrated within it to achieve ultimate goals. It consists of the following areas: raw materials (cultivation and procurement of agricultural products, fish farming, forest products, etc.), storage and processing (warehousing, food industry), trade and consumer (wholesale and retail trade, catering), production infrastructure (energy, water supply, transport, roads) and social infrastructure (creation of general conditions for the normal functioning of the population and the reproduction of the labor force).

As we can see, the food complex has a specific structure and functions. The completeness of the functional units depends on the natural and economic conditions, production specialization, size, and nature of agricultural raw materials (low-transportable, non-transportable, suitable for long-term storage). Today, the share of agricultural products undergoing industrial processing is increasing. Agriculture has become the raw material base of the food and processing industries, which are the final producers of food products. But these changes have

not yet been reflected in the institutional support for the regulation of food development.

References:

1. Bozhyday I. (2019). Agricultural complex of Ukraine: structure and basic concepts. *Agrosvit*. № 21. Pp.107-113.
2. Borshchevsky P.P., Ushkarenko V.O., Chernyuk L.G., Marmul L.O. (1996). *Regional agro-industrial complexes of Ukraine*. K.: Naukova Dumka, 262 p.
3. Deineko L.V., Kovalenko A.O., Korenyuk P.I., Sheludko E.I. (2006). *Food complex of Ukraine: state and prospects of development*. / Ed. B.M. Danilishina. K.: NAS of Ukraine, 252p.
4. Dusanovskyi, S.L., Bilan, Ye.M. (2003), *Economic bases of development of agroindustrial complex in market conditions*, Zbruch, Ternopil, Ukraine. 183p.
5. Senyshin O.S. (2015). *The essence and structural and functional characteristics of the food complex of Ukraine. Global and national economic problems: an electronic scientific professional publication*. Mykolaiv: Mykolayiv National University named after V.O. Sukhomlynsky, 2015. (Issue 4). Pp. 250–255.
6. Stechenko D.M. (2006). *Location of productive forces and regionalism: Textbook*. K.: Vicar, 396 p.
7. Chernyuk L.G., Zelensky S.M., Zelenskaya O.O. (1999). *Territorial organization of regional food complexes of Ukraine*. K.: NAS of Ukraine, 87 p.

ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Гаянт А.М., здобувач вищої освіти на бакалаврському рівні факультету управління та економіки
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

Планування займає одне з найважливіших місць у системі управління будь-якою організацією, оскільки забезпечує її ресурсами, що, у свою чергу, підвищує прибутковість, забезпечує сталий розвиток та знижує ризик її існування. Планування створює підґрунтя для подальшої організації діяльності менеджера щодо того, куди фірма має рухатися задля досягнення своїх цілей. Гарний організаційний план мінімізує ризик, зменшує невизначеність, пов'язану з умовами ведення бізнесу та визначає наслідки відповідних дій. Основними завданнями планування діяльності підприємства є забезпечення фінансової стійкості підприємства, досягнення вищої рентабельності порівняно із рентабельністю конкурентів, збільшення обсягу товарообігу та частки ринку за рахунок формування конкурентної структури товарообігу, цінової політики та ефективного використання ресурсів [1].

Сутність планування за умов функціонування конкурентного середовища полягає у науковому обґрунтуванні перспективних економічних

цілей їх розвитку та форм господарської діяльності, виборі оптимальних засобів їх реалізації на основі найбільш повного виявлення ринкових термінів, обсягів та видів товарів, робіт та послуги та встановлення таких показників їх виробництва, споживання та розподілу, які при повному використанні обмежених виробничих ресурсів можуть призвести до досягнення прогнозованих у майбутньому кількісних та якісних результатів. Планування займає центральне місце в механізмі управління підприємством, яке передбачає комплекс заходів щодо його діяльності та розвитку [2, с. 85].

Для забезпечення стійкості підприємства необхідно: приділяти більше уваги плануванню, щоб забезпечити виконання прогнозованого бізнес-плану інвестиційної та операційної діяльності, створити умови для отримання чистого прибутку, достатнього для самоокупності та самофінансування. За наявності структурних одиниць та підрозділів необхідно систематично забезпечувати їх необхідними інструментами управління, надавати консультативно-методичну допомогу з фінансово-економічних питань для запобігання збиткам та підвищення стійкості бізнесу. Основним сучасним елементом забезпечення цієї стабільності є вміло та ефективно розроблена стратегія [3, с. 24].

Процес планування підприємства передбачає розробку комплексу заходів, що визначають алгоритм досягнення поставлених цілей та раціонального використання ресурсів підприємства. Компанія сама вирішує, в якому обсязі надавати послуги населенню або виробляти товари, які ціни встановлювати та який прибуток отримувати. Істотним етапом у процесі планування вважається аналіз зовнішнього середовища, що передбачає вивчення макро- та мікросередовища. У зовнішньому середовищі, у якому працюють підприємства, постійно відбуваються політичні, правові, економічні, соціальні та технологічні зміни. Підприємство самостійно виконує весь комплекс робіт із планування діяльності, має повністю контролювати реалізацію розроблених планів. Функціонування підприємства у ринкових умовах неможливе без комплексного аналізу чинників середовища (як зовнішнього, так і внутрішнього), які впливають його діяльність.

Розробка плану підприємства здійснюється за допомогою різних методів. На вибір методу планування впливають такі фактори: тривалість планового періоду; особливість розрахунків планового періоду; забезпеченість вихідною інформацією; наявність відповідної технічної бази обробки інформації; рівень кваліфікації працівників.

Виходячи з цього, під час формування планів підприємства можуть бути використані такі методи:

1. Балансовий метод. Цей метод реалізується за допомогою складання системи балансів: трудових, вартісних, матеріальних.
2. Нормативний метод означає, що розрахунок планових завдань відбувається на основі норм та нормативів.

3. Розрахунково-аналітичний метод планування використовується в тому у разі, коли відсутня будь-яка нормативна база.

4. Економіко-математичний метод передбачає здійснення планових розрахунків з урахуванням різноманітних моделей [4].

На нашу думку, основними проблемами планування на вітчизняних підприємствах є:

- переважання витратного методу ціноутворення;
- складності використання бухгалтерських та звітних документів для фінансового аналізу;
- відсутність можливості визначення потреби у фінансуванні діяльності підприємства через непередбачуваність змін зовнішнього середовища;
- відсутність розробки довгострокових планів розвитку (на 10 і більше років);
- складність реалізації планів;

Планування має охоплювати всі сфери діяльності підприємства, а також усі етапи, операції та дії, бізнес-процеси і процеси управління. Якщо у процесі планування щось випадає з поля зору керівника, неминуче виникнення неспівпадінь у цьому ланцюжку і, як наслідок, порушення у фінансово-господарській діяльності підприємства.

Таким чином, планування на підприємстві забезпечує його господарську діяльність ресурсами, дозволяє вирішити існуючі суперечності у організаційно-економічних відносинах, здійснює контроль за фінансовою дисципліною, спрямованою на подальший розвиток підприємства, досягнення його стратегічних цілей.

В даний час планування є одним з важливих інструментів, що використовуються компаніями для налагодження господарської діяльності та підвищення їх прибутковості. Приділяючи більше уваги фінансовому плануванню, можна забезпечити стійкість підприємства та підвищити його конкурентоспроможність за умови закладених до бюджету прогнозованих обсягів операційної та інвестиційної діяльності на основі фінансової стійкості, створивши умови для отримання чистого прибутку, достатнього для самоокупності та самофінансування.

Список використаних джерел:

1. Нагорна Д.В., Богацька Н.М. Планування фінансової діяльності підприємства. *International scientific e-journal АЮГОΣ. ONLINE*. 2020. №16.2020. URL: <http://surl.li/btfrn>

2. Столяров Г. П., Пенюва Р. П. Теоретичні аспекти формування системи планування та бюджетування на підприємстві. 2016. С. 84-94

3. Левицький В.В. Дослідження впливу процесу планування на стійкість підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011, № 3, Т. 3. 23-27. URL: <http://surl.li/btfs1>

4. Гукова О. Н. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учебное пособие. Москва : ФОРУМ, 2017. 160 с.

РОЛЬ ЛІДЕРА В УСПІШНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Граматович Ю. В., старший викладач кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування,

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

Гудзь В. С., студентка 2 курсу за спеціальністю 073 Менеджмент

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

На кожному підприємстві, в установі чи організації є людина, яка керує діяльністю в цілому та діяльністю структурних підрозділів, добирає кваліфікований персонал для підприємства та орієнтує його на задоволення потреб і запитів споживачів, зниження витрат обігу та підвищення прибутковості підприємства. Зазвичай - це керівник чи лідер організації. Ці поняття мають багато спільного, оскільки і той, і той організовують, спрямовують групу на вирішення поставлених перед нею завдань, вибирають способи і засоби їхнього вирішення. Разом з тим, ці поняття далеко не тотожні.

Лідер (від англ. Leader – ведучий, керівник) – це людина, яка завдяки своїм особистісним рисам має переважний вплив на колектив [3]. Це член групи, чий авторитет, влада і повноваження добровільно визнаються іншими працівниками, готовими йому підкорятися і слідувати за ним. Лідера не можна призначити. Це людина ініціативна, внутрішньо вільна та сильна, яка може повести за собою.

На думку А. Менегетті, людина вже при народженні має задатки лідера. Проте щоб стати лідером, необхідно досягти певного рівня культури, освіченості, професіоналізму, життєвого досвіду, внутрішньої зрілості. В основі цього – постійна робота над собою, розвиток власного потенціалу [2].

Лідер - це член своєї команди. Він створює ідеї, сприймає задуми членів команди як свої власні та допомагає у реалізації їх. Основне завдання, що стоїть перед лідером – це не лише приймати рішення, а власне допомагати іншим членам команди в пошуку ідей, в формуванні цілей і завдань колективної діяльності [4].

Лідерство в системі управління проявляється за трьома напрямками:

а) організація і корекція діяльності працівників: постановка ясних цілей, координація зусиль, окреслення результатів, виконання ролі ведучого;

б) мотивація діяльності підлеглих: надихати на цілеспрямовану поведінку, задоволення індивідуальних і групових потреб, вселяння впевненості, захоплення людей своїм прикладом, створення групової синергії;

в) забезпечення представництва групи: представлення інтересів групи за її межами, підтримка рівноваги між внутрішніми та зовнішніми потребами групи, визначення перспективи розвитку групи [1].

Лідер – це теж керівник, але характер його дій та поведінки інший, ніж у звичайного менеджера.

Менеджер – це керівник, який координує роботу інших і несе персональну відповідальність за її результати [4]. Його завдання – вносити порядок і послідовність, спрямовувати робочий процес. Особливістю професійної діяльності менеджера є право на керівництво колективом. Роль керівника полягає в організації колективу або окремого працівника на досягнення певної мети і визначається змістом і якістю виконання функцій, які передбаченні посадовою інструкцією або положенням про підрозділ.

Можна бути першою особою в організації, але не бути визнаним психологічно в колективі. Людина, що формально грає роль лідера, може мати, а може і не мати лідерських навичок та здатність керувати.

Велику роль в успішному функціонуванні організації грає те, ким виступає лідер в колективі. Якщо лідер і керівник – різні особи, які конкурують між собою та не знаходять спільної мови, то це буде створювати неприємну атмосферу в колективі та не сприятиме успішній діяльності. Якщо лідер і керівник – різні особи, які допомагають, підтримують один одного, поважають, то успішність групи буде високою та атмосфера в колективі більш дружньою, але і в ній пануватиме певний “дух” змагання і суперництва. Якщо лідер і керівник – одна і та ж особа, то робота у групі буде злагоджена, працівники будуть, як цілісна команда, що повністю довіряє своєму керівнику, яка буде виконувати доручені завдання на максимум, тобто найефективніше з погляду діяльності організації і найбільш гармонійно з погляду міжособистісних стосунків.

Для успішного функціонування організації, людина, яка її очолює повинна бути визнана підлеглими, мати вплив на ефективність їх діяльності, уміти мотивувати та спрямовувати на досягнення спільних цілей.

В узагальненому вигляді успішний керівник-лідер повинен мати такі характеристики: знання, стратегічне мислення, самооцінку, сприяння розвитку інших, комунікаційність тощо [2].

Отже, лідерство – найважливіший компонент ефективної діяльності сучасної організації. Лідером далеко не завжди і не обов'язково є офіційний керівник групи, проте головна роль лідера – забезпечувати керівництво, допомагати іншим зрозуміти довгострокові стратегії та цілі бізнесу, ефективні шляхи вирішення тих чи інших проблем.

Список використаних джерел:

1. Дідур К. М. Керівник і лідер як головні суб'єкти управління підприємством. *АГРОСВІТ*. № 20, 2011. С. 63-68.
2. Сергеева Л. М., Кондратьєва В. П., Хромей М. Я. Лідерство: навч. посібн. Івано-Франківськ: 2015. 296 с
3. Сутність лідерства і його основні ознаки. URL: <https://pidru4niki.com/17370921/menedzhment/liderstvo>
4. Сутність лідерства та управління. URL: <https://ua-referat.com/%D0%A1%D1%83%D1...96%D0%BD%D0%BD%D1%8F>.

СЕКЦІЯ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

УКРАЇНСЬКИЙ АГРОПРОДОВОЛЬЧИЙ ЕКСПОРТ: РИЗИКИ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ

Шубравська О.В., доктор економічних наук
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

Аграрний сектор України, який у 2021 р. забезпечив понад 40% загальнонаціонального експорту, традиційно є не лише надійним гарантом національної продовольчої незалежності та однією з ключових ланок вітчизняного господарського комплексу, але й вагомою складовою глобальної агропродовольчої системи. У довоєнний період вітчизняна агропродовольча продукція була широко представлена на світовому ринку. Станом на кінець 2021 р. Україна забезпечувала близько 10% світового обсягу експорту пшениці та майже 16% – кукурудзи, а також майже 55% світової торгівлі соняшниковою олією [1]. За оцінками USDA, у передвоєнний рік Україна була четвертою після США, Бразилії та Аргентини серед найбільших експортерів кукурудзи у світі. Загалом же Україна забезпечувала наповнення майже 14% глобального продовольчого ринку. Найбільшими імпортерами вітчизняної продукції є Китай, Індія, Нідерланди, Єгипет, Туреччина, Польща, Іспанія, Індонезія, Німеччина, Італія. За оцінками Київської школи економіки, від поставок українського зерна залежать понад 400 мільйонів людей у світі. Найкритичніша залежність від нашого продовольства – у найбідніших африканських та азійських країн. Водночас значущим є й вітчизняний експорт до країн ЄС. Так, у 2021 р. поставки туди нашої агропродукції зросли на понад чверть і сягнули 8,4 млрд дол.

Воєнні дії в Україні кардинально змінили ситуацію. У квітневому звіті USDA прогноз експорту кукурудзи з України у нинішньому сезоні було знижено до 23 млн т (натомість у березні очікувалося 27,5 млн т) переважно через відсутність фізичної можливості здійснення експортних поставок внаслідок блокування портів [2]. Спричинені війною проблеми з експортною логістикою, зменшенням посівних площ, ймовірним зниженням врожайності сільгоспкультур у нашій державі уже суттєво вплинули на поточний стан глобальної продовольчої безпеки. У світі спостерігається зростання цін на ряд видів продукції та її дефіцит, особливо у країнах Близького Сходу та Північної Африки. Це вже змусило багато з них закрити сільськогосподарський експорт задля підтримання власної продовольчої безпеки.

У таких умовах є цілком виправданим (з огляду на необхідність забезпечення національної продовольчої безпеки) запровадження українським урядом обмежень на вивіз ряду видів продовольчої продукції, зокрема, ліцензування експорту пшениці, заборона вивозу вівса, гречки, жита, цукру тощо. Дали результат також і перемовини щодо переорієнтації експортних

потоків української продукції з морських портів на сухопутні шляхи через західні кордони нашої держави, що дозволить щомісяця вивозити до 600 тис т продукції. Водночас очевидно, що такий обсяг є непорівнянним з довоєнними масштабами експорту через порти (наразі це – 10–15% тодішньої спроможності), а також абсолютно недостатнім, ураховуючи накопичені всередині країни запаси, зокрема, кукурудзи (експортний надлишок якої оцінюється у 15–17 млн т). Для уникнення проблеми псування зерна у сховищах потрібно його щомісяця вивозити в обсязі щонайменше 3–3,5 млн т [3]. Мали успіх і домовленості українського уряду з рядом країн (зокрема, ЄС, Канадою) щодо перегляду експортних квот для їх максимального скорочення, зняття експортних обмежень на українську агропродовольчу продукцію, спрощення умов її транзиту. Передбачається також спростити фітосанітарні вимоги при експорті, імпорті та переміщенні продукції рослинного походження територією України, надати вітчизняним виробникам органічної продукції, які здійснювали виробництво за стандартами ЄС, можливість перейти на українські стандарти виробництва без додаткового перехідного періоду та отримувати державну підтримку тощо.

Проте усі ці дії, хоча й матимуть певний позитивний вплив на розширення експортних поставок, не зможуть повноцінно розв'язати проблему масштабного скорочення вітчизняного агропродовольчого експорту в поточному році. За оцінками фахівців, зменшення у 2022 р. загального експорту сільськогосподарської продукції з України буде більш значним, ніж відсоток незасіяних або недоступних для посіву земель (падіння ж сільгоспвиробництва в Україні у поточному році коливатиметься від 40 до 70% залежно від виду продукції та регіону її вирощування [4]). Причиною цього є не лише наведені вище проблеми з логістикою, але й зменшення експорту тваринницької та плодоовочевої продукції, яка переважною мірою спрямовуватиметься на забезпечення внутрішніх потреб країни.

Отже, цього року вітчизняним аграріям (крім адаптації виробництва до пов'язаних з війною транспортно-логістичних ускладнень, ресурсних обмежень тощо) потрібно підготуватися до необхідності забезпечення збереження очікуваного врожаю (насамперед, побудови та розширення елеваторних потужностей, сховищ), а також значного скорочення фінансових, у т. ч. й валютних, надходжень і браку оборотних коштів. Усе це безсумнівно посилить прояв кризових явищ в аграрному секторі (які матимуть вплив і на його зовнішньоекономічну сферу), для пом'якшення наслідків яких уряд має реалізовувати прийняті програми підтримки агровиробників та пов'язані з розвитком агросектора заходи макроекономічного регулювання.

Список використаних джерел:

1. Мельник П. У нас є можливість врятувати людство від голоду. URL: <https://agroportal.ua/blogs/u-nas-ye-mozhlyvist-vryatuvati-lyudstvo-vid-golodu>
2. World agricultural supply and demand estimates. URL: <https://www.usda.gov/oce/commodity/wasde/wasde0422.pdf>

3. Панасюк І. Щоб зерно не зіпсувалося, Україна має експортувати 3,5 млн т на місяць. URL: <https://agroportal.ua/news/ukraina/shchob-zerno-ne-zipsuvalosya-ukrajina-maye-eksportuvati-3-5-mln-t-na-misyac>

4. ЄС допоможе українському АПК переглядом експортних квот, – Микола Сольський. URL: <https://proagro.com.ua/news/ukr/yes-dopomozhe-ukrayinskomu-apk-pereglyadom-eksportnyh-kvot-mykola-solskyj.html>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСТУПНОСТІ ЕНЕРГІЇ ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ: МОНІТОРИНГ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛІ 7. ДОСТУПНА ТА ЧИСТА ЕНЕРГІЯ СЕРЕД ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Завгородня С.П., кандидат наук з державного управління,
Старший науковий співробітник відділу критичної інфраструктури,
енергетичної та екологічної безпеки центру безпекових досліджень
Національного інституту стратегічних досліджень

Глобальні Цілі сталого розвитку (ЦСР), представлені в офіційному документі Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний для сталого розвитку на період до 2030 року» («Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development») [1] були затверджені на Саміті ООН у 2015 р. Документ серед 17 ЦСР передбачає, зокрема, виконання Цілі 7: Доступна та чиста енергія (Goal 7: Affordable and Clean Energy). Указ Президента України від 30 вересня 2019 року № 722 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [2], підтримуючи проголошені резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1 глобальні цілі сталого розвитку до 2030 року та результати їх адаптації з урахуванням специфіки розвитку України, викладені у Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна», поставив завдання забезпечувати дотримання Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року, зокрема Цілі 7: забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх.

Для моніторингу реалізації Цілей сталого розвитку в Україні розпорядженням уряду [3] було затверджено перелік індикаторів у розрізі кожної з цілей. З метою реалізації Цілі 7. Доступна та чиста енергія визначено низку завдань та індикаторів щодо їх досягнення, зокрема: розширити інфраструктуру та модернізувати мережі для забезпечення надійного та сталого енергопостачання на основі впровадження інноваційних технологій; забезпечити диверсифікацію постачання первинних енергетичних ресурсів; збільшити частку енергії з відновлюваних джерел у національному енергетичному балансі, зокрема за рахунок введення додаткових потужностей об'єктів, що виробляють енергію з відновлюваних джерел; підвищити енергоефективність економіки.

Серед зазначених завдань та індикаторів їх досягнення не зафіксовано тих, що визначають прогрес у реалізації Цілі 7 Доступна та чиста енергія для населення. Попри відсутність індикаторів досягнення Цілі 7 для населення, в Україні в останні роки спостерігається динаміка зменшення споживання енергії в домогосподарствах, а частка населення, яке не має змоги утримувати житло достатньо теплим, є досить значною. Збільшення частки споживання відновлюваної енергії домогосподарствами у валовому кінцевому споживанні його обсяги залишаються на досить низькому рівні, в порівнянні з прогресивними державами ЄС у цій сфері.

Для прикладу, в державах ЄС для забезпечення моніторингу прогресу в досягненні Цілей Сталого розвитку, Європейська Комісія висвітлює результати статистичних досліджень Євростату (European Statistical Office, Eurostat) щодо реалізації Цілі 7. Доступна та чиста енергія, і які безпосередньо характеризують можливість забезпечення населення до доступної та чистої енергії. Зокрема, цією статистичною службою ЄС представлено кількісні оцінки прогресу ЄС у досягненні ЦСР в державах-членах ЄС за показниками, які характеризують [4]: (1) рівень споживання енергії. Зниження рівня енергоспоживання за рахунок підвищення енергоефективності за всім ланцюжком постачання енергії в державах-членах ЄС визначено одним із пріоритетів для забезпечення доступної, надійної, стійкої та сучасної енергії для всіх. Значний обсяг споживання енергії припадає на домогосподарства, частка яких в кінцевому споживанні енергії оцінюється близько чверті. Але варто враховувати, що на рівень споживання енергії домогосподарствами впливають ряд факторів, серед яких: рівень температури повітря, енергоефективність будівель, енергоефективність побутової техніки, свідомість споживачів, рівень економічного добробуту споживачів (бажаний/доступний рівень комфортної температури в житлі, використання додаткових освітлюваних приладів тощо). (2) попит на енергетичні ресурси. Для досягнення Цілі 7: Доступна та чиста енергія Європейський Союз прагнув збільшити частку відновлюваної енергії у валовому кінцевому споживанні енергії до 20% до 2020 року. При цьому, аналіз реалізації цілі зі збільшення частки відновлюваних джерел енергії здійснюються за такими галузями, як електроенергія, опалення, охолодження і транспорт. Для реалізації цієї цілі ЄС також прагне зменшити свою залежність від імпорту енергоносіїв, який здебільшого включає імпорт природного газу, сирої нафти та вугілля. (3) забезпечення доступу до недорогої енергії для населення. Реалізація Цілі 7: Доступна та чиста енергія в державах-членах ЄС, серед іншого, передбачає забезпечення доступності енергії для населення на засадах соціальної рівності та справедливості. Для моніторингу забезпечення доступу до недорогої енергії в державах-членах ЄС використовується показник частки населення, яке не має змоги зберігати житло достатньо теплим (Population unable to keep home adequately warm) і базується на опитуванні домогосподарств. При цьому відсутність доступу до енергії може бути спричинена низьким рівнем доходу (зменшення загальної

бідності сприятиме забезпеченню доступу до енергії), низькою енергоефективністю будівель, включаючи відсутність утеплення та відповідних систем опалення, низькими температурами повітря взимку, існуванням різного роду втручання в тарифоутворення тощо.

З метою удосконалення системи моніторингу реалізації Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року доцільно опрацювати питання щодо внесення змін до розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 серпня 2019 року № 686-р «Питання збору даних для моніторингу реалізації Цілей Сталого Розвитку», зокрема в частині встановлення додаткових індикаторів для моніторингу досягнення Цілі 7 «Забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх».

Список використаних джерел:

1. About the Sustainable Development Goals. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
2. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України від 30 вересня 2019 року № 722. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>
3. Питання збору даних для моніторингу реалізації Цілей Сталого Розвитку: розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 серпня 2019 року № 686-р. URL: http://ukrstat.gov.ua/csr_prezent/ukr/st_rozv/doc/rozp_KMU_686.pdf
4. SDG 7 - Affordable and clean energy. Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=SDG_7_-_Affordable_and_clean_energy
5. Завгородня С.П. Доступність енергії для населення: проблеми та перспективи: аналіт.доп. – Київ: НІСД, 2021. – 80 с.

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF DOUBLE PLAY SERVICES ON THE POLISH TELECOMMUNICATIONS MARKET IN THE YEARS 2017-2020

Paweł Kaczmarczyk, PhD

The Mazovian State University in Płock, Faculty of Social Sciences

The Double Play service is a type of bundled service on the telecommunications market. This is a service offered as a package consisting of two services. The following services may be bundled on the telecommunications market: landline telephony, mobile telephony, television, landline Internet access and mobile Internet access. Double Play involves a kind of bundling of telecommunications media and price bundling. Media bundling in the case of Double Play involves integrating two services so that the customer receives, for example, a single bill or has a single service line. These are therefore additional benefits for the consumer. Price bundling also provides benefits to the consumer,

as it involves the price of a package of two services being lower than buying them separately. These benefits are obviously applicable to those customers for whom the utility of consuming each service included in the package is at high level. Only then is the purchase of a service package profitable for the customer.

Double Play services on the telecommunications market in Poland have gained considerable popularity nowadays. In 2020, the number of users of such services amounted to 10.563 million. The aim of the study is therefore to analyse the dynamics of the development of Double Play services on the Polish telecommunications market in the years 2017-2020. The empirical analysis was based on data from annual reports of the Office of Electronic Communications (UKE) on the state of the telecommunications market in Poland and other UKE studies. The analysis used statistical methods including relative and absolute increments, average rate of change.

The results of the analysis carried out indicate the dominant position of Double Play services in terms of the number of users of bundled services on the Polish telecommunications market. Therefore, Double Play services on the telecommunications market in Poland have gained dominant popularity at present. Double Play services are the most popular among bundled services on the Polish telecommunications market.

Double Play packages, despite the fact that they constitute the dominant share in terms of the number of users of bundled services, were characterized by a rather downward trend in this share. It should be noted that the share of Triple Play and Quadruple Play packages is systematically growing. The analysis of the dynamics shows that packages consisting of a larger number of services are rapidly increasing in popularity.

Among the Double Play services, the most popular package (in all analysed years) was the "Mobile telephony + Mobile Internet" package. However, this package was characterised by a downward trend in popularity over the period considered. "Landline Internet + Television" and "Mobile telephony + Television" were ranked second and third, respectively. Analysis of these both packages showed an increase. The biggest change concerned the "Mobile telephony + Television" package.

In the period 2018-2020, the P4 operator had a significant advantage over other operators.

Literature:

Babis H., Czaplewski R., Usługi telekomunikacyjne, in: H. Babis (ed.), Rynek usług telekomunikacyjnych, Lex a Wolters Kluwer business, Warszawa 2011.

Curwen P., Whalley J., Mobile Telecommunications in a High-Speed World: Industry Structure, Strategic Behaviour and Socio-Economic Impact, Routledge, London 2016.

Kłosiewicz-Górecka U., Innowacje w przedsiębiorstwach usługowych, „Marketing i Rynek” 2016, nr 5.

Krämer J., Bundling Telecommunications Services: Competitive Strategies for Converging Markets, Universitätverlag Karlsruhe, Karlsruhe 2009.

Manganelli A., Nicita A., The Governance of Telecom Markets: Economics, Law and Institutions in Europe, Palgrave Macmillan, Cham 2020.

Markova E., Liberalization and Regulation of the Telecommunications Sector in Transition Countries. The Case of Russia, Physica-Verlag, Heidelberg 2009.

Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w 2020 roku, UKE, Warszawa 2021.

Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w 2019 roku, UKE, Warszawa 2020.

Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w 2018 roku, UKE, Warszawa 2019.

Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w 2017 roku, UKE, Warszawa 2018.

Rodine-Hardy K., Global Markets and Government Regulation in Telecommunications, Cambridge University Press, New York 2013.

Rynek usług wiązanych w Polsce i krajach Unii Europejskiej, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Warszawa, 2012.

Ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, Dz.U. z 2021, poz. 576.

Ostasiewicz S., Rusnak Z., Siedlecka U., Statystyka. Elementy teorii i zadania, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2003.

Sobczyk M., Statystyka opisowa, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010.

Sharma M., Gupta A., The Practice of Business Statistics. Using Statistics for Decision Making, Khanna Book Publishing Co.(p) Ltd, New Delhi 2017.

Afriat S., The Index Number Problem: Construction Theorems, Oxford University Press, Oxford 2014.

РОЛЬ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС У ВІДНОВЛЕННІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Смолій Л.В., к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

Європейський Союз ще до початку повномасштабного вторгнення російської федерації до України був найбільшим торговельним партнером нашої держави. Так, обсяги експорту до країн ЄС за 2015–2021 рр. зросли більш як удвічі, імпорту – майже на 90%; частка держав Європейського Союзу в українському експорті була значною і за останні 6 років збільшилась з 34% у 2015 р. до понад 37 у 2021 р. (рис. 1).

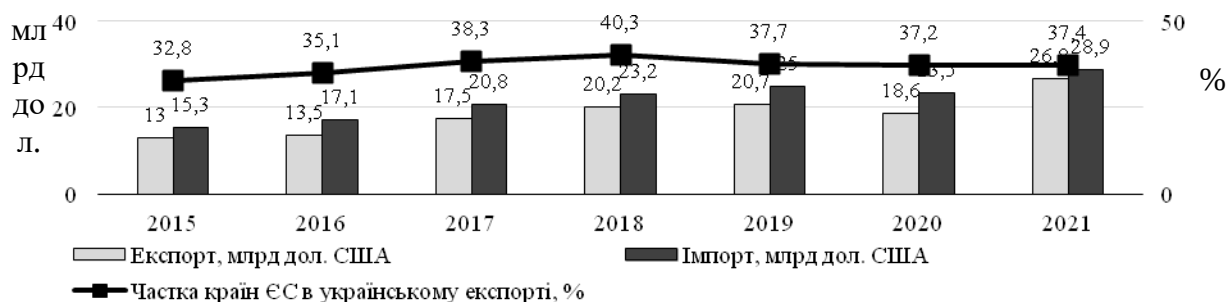


Рис. 1. Показники зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС, 2015 – 2021 рр. (побудовано автором за даними [1])

Основну частку в структурі українського експорту до країн ЄС займали: чорні метали (20%), руди та шлаки (11%), жири та олії (9%), зернові культури (7%). На згадані товари, що переважно є сировинними, припадало близько 50% експорту.

Збройна агресія російської федерації в Україні значно ускладнила здійснення зовнішньоторговельних процесів внаслідок блокади логістичних маршрутів. В таких умовах ринок країн ЄС став найбільшим ринком збуту для українських товаровиробників. Крім цього, порти європейських країн стали єдиним шляхом для транзитного експорту української продукції, зокрема, аграрної, до держав Африки та Азії. Зважаючи на ці обставини, пропозиція ЄС щодо спрощення торгівлі з Україною, має надзвичайно важливе значення для зменшення темпів падіння українського експорту (порівняно з березнем 2021 р., коли обсяги експорту становили 1,8 млрд дол. США, в березні 2022 р. – 2,3 млрд дол. США).

Скасування торговельних обмежень, передбачених проектом постанови, що розглядатиметься Європейським парламентом та Радою ЄС, включає:

- тимчасове скасування імпорتنих тарифів, що діють в межах зони вільної торгівлі, для промислових товарів (добрих, алюмінієвої продукції та автомобілів); п'ятнадцяти категорій овочів та фруктів; сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки (для останніх також планується скасування експортних квот);

- тимчасове незастосування антидемпінгового мита для товарів українського походження;

- тимчасове незастосування захисних заходів щодо імпорту походженням з України [2].

Внаслідок реалізації цих заходів вигоди отримають виробники тих товарів, щодо яких було запроваджено квоти на експорт без сплати мита: соків, меду, круп, борошна, оброблених томатів, цукру, вівса, м'яса птиці та інших. Очікується нарощування потужностей переробних підприємств та збільшення притоку інвестицій після припинення військових дій на території країни.

На тлі дефіциту сталі на світовому ринку, що виник через різке зниження виробництва в Україні та обмеження імпорту російських чорних металів, скасування торговельних обмежень для продукції гірничо-

металургійного комплексу сприятиме використанню експортного потенціалу України на повну потужність. До 2022 р. наша країна втрачала близько 3 млрд дол. США щороку внаслідок застосування протекціоністських заходів щодо продукції згаданої галузі з боку ЄС.

Переваги та вигоди від спрощення зовнішньоторговельних відносин отримає не лише Україна, а й Європейський Союз. Розширення пропозиції товарів дозволить стримувати темпи інфляції, показники якої набули найвищих значень, починаючи з 1997 р.

Однак, можливість здійснювати транспортування продукції лише з використанням сухопутних шляхів породжує велику кількість логістичних проблем. Насамперед це невелика пропускна здатність залізничного та автомобільного сполучення, руйнування транспортної інфраструктури внаслідок ведення бойових дій, несумісність залізничних колій в різних країнах, відсутність достатньої кількості складів на кордонах, необхідність дотримуватись першочерговості транспортування військових та гуманітарних вантажів.

Крім того, значний вплив здійснюють інші бар'єри, які залишаються діючими для експортерів української продукції при виході на європейські ринки, насамперед технічні, пов'язані з відмінностями у стандартах.

Незважаючи на ці перешкоди, лібералізація торгівлі з ЄС призведе до збільшення прибутків експортерів, активізації експорту до третіх країн та підвищення конкурентоспроможності української продукції.

Список використаних джерел:

1. Статистичний збірник «Співробітництво між Україною та країнами ЄС». Державна служба статистики України. Київ, 2021. 52 с.
2. Терещук А. Скасування мита на український імпорт до ЄС. Що це означає? Дзеркало тижня. 2022. URL : <https://zn.ua>

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

Бойко В.О., здобувач вищої освіти, 1 курс магістратури
Криворізький національний університет

Сьогодні міжнародній торгівлі послугами приділяється значна увага, адже для постіндустріального суспільства, в основі якого лежить людський капітал як стимулюючий фактор розвитку, характерний перехід до сфери послуг.

Ринок послуг - це одна з різновидів ринку, що виділилася з раніше єдиного ринку фізичних товарів і послуг. Об'єктом продажу на даному ринку виступають найрізноманітніші послуги. Послуги представляють собою цілеспрямовану діяльність, результати якої мають прояв у корисному ефекті для інших осіб [1].

Загальний обсяг послуг на світовому ринку за останні два десятиріччя зріс більш, ніж у 3 рази [1]. Примітним є фактор зростання числового значення експорту послуг відповідно до зростання світових об'ємів реалізації послуг. Ступінь даного показника залежав від інтенсивності економічного розвитку країн: у 2018 р. країни, які утримують лідерство в світі за фінансовими показниками, тобто країни з розвинутою економікою, формували частку експорту послуг у 25,4% держави, що розвиваються – 14,4%, а країни з перехідною економікою – 13,5 % [1]. Проте прогнозується поступове збільшення розміру послуг у структурі експорту в подальшому.

Експертами міжнародного рівня визначено декілька закономірностей розвитку торгівлі послугами з огляду на тенденції, наявні в даній сфері, в 21 столітті. До таких закономірностей належать:

- розширення масштабів взаємодії держав у сфері послуг та посилення ваги цього сегменту в структурі світової торгівлі;
- залежність темпів зростання експорту послуг від рівня розвитку країни за макроекономічними показниками;
- нерівномірність світової торгівлі послугами за географічним критерієм, оскільки до 70% обсягу послуг експортується країнами з розвинутою економікою;
- вплив країн, що розвиваються, на міжнародному ринку послуг постійно зростає у посткризовий період [2].

Оскільки в даний час ринок послуг швидко розвивається та демонструє неабиякий потенціал, а, отже, є перспективним, Україні слід долучитися до активного просування сфери послуг власного «виробництва» на світову арену. Для розуміння, в якому напрямку варто розробляти стратегію посилення ролі послуг, виданих Україною, на міжнародному ринку, потрібно визначити фактори, які обумовлюють зростання зовнішньої торгівлі послугами, до яких відносяться наступні:

- розширення системи збуту товарів на світовому ринку, яка передбачає застосування обслуговуючих послуг у вигляді транспортування, страхування, платежі, реклами, а також сервісних послуг із супроводу складної техніки, обслуговування її до-і після продажу;
- розвиток ринку послуг в міжнародному масштабі зумовлений впровадженням в дію плану лібералізації зовнішньоекономічних відносин, який затверджений у 1995 році;
- прогресуючий розвиток галузі інформаційних і комунікаційних технологій, адже середньорічні темпи приросту доходів ІТ-компаній на світовому ринку становили 8% при 3% світового ВВП;
- поява різноманітних видів послуг, пов'язаних з виникненням нових сфер, таких як: електронна торгівля, дистанційне-навчання, інтернет-банкінг;
- зростання обсягів послуг на основі проведення науково-дослідних чи конструкторських робіт [3].

Зважаючи на зазначені фактори, можна зробити висновок, що розвиток сфери послуг України та її вихід на міжнародний рівень є безумовно

закономірним процесом, який ґрунтується на природному розвитку торгівельних відносин країни з іншими державами світу. Проте для прискорення створення умов конкурентоспроможності українських послуг та, як наслідок, збільшення ваги українського сектору на світовому ринку, потрібно підвищувати загальний рівень національної економіки, оскільки він на пряму корелює з успішністю діяльності країни на розглянутому ринку порівняно з іншими державами.

Список використаних джерел:

1. Єріна І. В. Статистичний аналіз тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі України послугами: автореф. дис.. канд. екон. наук. Київ: Національна Академія Статистики, Обліку та Аудиту, 2018. 185 с.
2. Оліфер А. Г., Тіпанов В. В. Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах динамізації конкурентного середовища. Вісник НТУ «ХПІ». 2016. №28. С. 118–122.

РОЗВИТОК РИНКУ ПРАЦІ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ: ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ МОДЕЛІ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ

Васильців Т. Г., д.е.н., професор,

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України»

Левицька О. О., докторант, старший дослідник,

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України»

Параметри й структурні характеристики функціонування ринку праці є комплексним узагальнюючим індикатором суспільного розвитку, однак, це одночасно й джерело впливу на більшість факторів стабілізації соціальної сфери й пожвавлення економіки. Ринок праці виступає потужним чинником багатьох соціальних процесів, включно з добробутом населення і задоволенням його базисних соціально-трудова потреб. Йдеться про кругові взаємозв'язки еволюції ринку праці за різних моделей економічного розвитку та водночас його вплив на поступ економіки і суспільства. У концептуально-історичній ретроспективі відомо широкий спектр моделей економічного розвитку, частина з яких була реалізована у різні часи та за різних умов існування суспільства. У цьому контексті важливо розглядати тенденції та наслідки еволюції ринків праці, включно з їх впливом на досягнення цілей і завдань розвитку економіки, внеском у коригування планів та переходу до інших типів зростання.

У провідних економіках світу сьогодні реалізується модель неоіндустріалізації, що передбачає становлення нових прогресивних галузей на основі індивідуалізації, нанотехнологій, біотехнологій, нових енергетичних ресурсів, зростання частки радикально нових інформаційно-технологічних процесів, що супроводжується такими аспектами еволюції ринку праці, як зростання частки зайнятих у високотехнологічних видах економічної діяльності, якості і ефективності процесів праці і системи їх соціально-

трудового регулювання, однак, на тлі заміщення праці людини робототехнікою, звуження попиту на працю, зростання технологічного безробіття, «поляризації» робочої сили [3; 4]. Схожими є тенденції еволюції ринку праці за смарторієнтованого просторового розвитку. Позаяк, тут наслідки структурно-галузевих диспропорцій в попиті і пропозиції праці м'якші, втім також супроводжуються розвитком нестандартних форм зайнятості, що викликає труднощі контролю й спостереження за ринком, повноцінного соціального захисту працівників.

Країни, які зберігають аграрно-індустріальну спеціалізацію виробництва, не орієнтуються на технологізацію виробничих процесів, залишаються здебільшого сировинно орієнтованими, фактично поглиблюють деіндустріальну модель економічного розвитку, яка не потребує спеціалізованих кадрів, потужних інвестицій в інтелектуалізацію та мінімізує достатньо широкий спектр загроз безпеці розвитку ринку праці. У середньо- та довгостроковій перспективі вибір такої моделі призводить до погіршення людського капіталу, збільшення зайнятості у низькотехнологічних видах економічної діяльності, зростання регіональних диспропорцій розвитку ринків праці, контрпродуктивної мобільності робочої сили, активізації міграційних процесів з подальшим погіршенням інтелектуально-кадрового потенціалу країни [2, с. 69-70].

Відбуваються цілком специфічні процеси еволюції та адаптації ринку праці в умовах шоків, критичної політико-економічної нестабільності, зокрема війни, для якої характерні велика чисельність людських втрат і погіршення кадрового ресурсу, зростання зовнішніх та внутрішніх міграційних переміщень, дестабілізація системи й структури ринку праці, відтік інвестицій та зниження попиту на працю. За такої ситуації стабілізація ринку праці відбувається одночасно з процесами відновлення національної економіки, коли першочергові оперативні заходи спрямовуються на нівелювання викликів і загроз втрати доходів і зайнятості, а також максимальну лібералізацію економічних відносин, стимулювання бізнесу за жорсткого контролю і регламентування трудових відносин, збереження соціально-трудова гарантій. Завдання стратегічного характеру зводяться до інвестицій у пріоритетні галузі, високотехнологічне виробництво, інфраструктуру і розвиток експортного потенціалу.

Свою специфіку має й еволюція ринку праці країн, котрі піддаються системному впливу сучасних гібридних викликів, ризиків та загроз, наслідки яких критично негативні та системні, мають середньо- і довгостроковий характер, саме тому потребують проактивної державної політики, спрямованої на збереження і захист людського потенціалу, конвергенцію систем соціальної безпеки та безпеки ринку праці з провідними міжнародними практиками, модернізацію ринку праці, зайнятості та доходів населення, системний розвиток недержавної інфраструктури ринку праці і колективно-договірного регулювання соціально-трудова відносин [1].

Таким чином, з огляду на тісний взаємний зв'язок, трансформація

моделі економічного та просторового розвитку країни має враховувати, з одного боку, існуючий та перспективний стан розвитку ринку праці з позиції формування необхідного ресурсного забезпечення, якості праці та ефективності виробництва, а, з іншого, – напрями та засоби модернізації ринку праці у руслі форми, здатної підтримати реалізацію обраного стратегічного вектора зростання економіки країни за одночасного нівелювання очікуваних і пов’язаних з цими процесами ризиків та загроз.

Список використаних джерел

1. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Волошин В. І. Стратегічні імперативи державної політики протидії гібридним загрозам і забезпечення економічної безпеки України. *Економіка України*. 2021. № 2. С. 32-51.
2. Квасній Л. Г., Волошанська А. В. Переваги та недоліки процесу деіндустріалізації для світової економіки. *Наукові праці МАУП. Серія Економічні науки*. 2019. Вип. 57 (1). С. 67-78.
3. Решетило В. П., Островський І. А. Неоіндустріалізація та її вплив на розвиток вітчизняної та міжнародної економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 18. Ч. 3. С. 21-25.
4. Територіальний розвиток і регіональна політика. Стимулювання розвитку регіонів на засадах смарт-спеціалізації: бар’єри та механізми імплементації: наукова доповідь / наук. ред. д.е.н., проф. Сторонянська І.З. Львів, ІРД НАНУ. 2021. 155 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ЕКСПОРТНУ ПРОДУКЦІЮ

Кобелєва Т.О., д.е.н., професор

Новік І.О., к.е.н., доцент

Перерва П.Г., д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Ціноутворення може бути найскладнішим через різні ринкові сили та структури ціноутворення в усьому світі. Що визначає успішну стратегію експортного ціноутворення? Ключові елементи включають оцінку цілей підприємства на зовнішньому ринку, пов’язаних з продуктом витрат, ринковим попитом та конкуренцією. Інші фактори, які слід враховувати, це транспорт, податки та збори, комісійні з продажу, страхування та фінансування.

Як і на внутрішньому ринку, ціна, за якою продається продукт або послуга, безпосередньо визначає дохід підприємства. Дослідження ринку підприємства повинно включати оцінку всіх змінних, які можуть вплинути на діапазон цін на продукт або послугу. Якщо ціна на продукцію підприємства занадто висока, продукт або послуга не будуть реалізовані на ринку. Якщо ціна занадто низька, експортна діяльність може бути недостатньо прибутковою або фактично призвести до чистих збитків.

Традиційними компонентами для визначення правильного експортного ціноутворення є витрати, ринковий попит і конкуренція. Кожен компонент необхідно порівнювати з метою підприємства при виході на зовнішній ринок. Аналіз кожного компонента з точки зору експорту може привести до експортних цін, які відрізняються від внутрішніх.

Існують додаткові витрати, які зазвичай несе експортер (імпортер). Сюди входять тарифи, митні збори, коливання валют, трансакційні витрати (включаючи доставку та страховку) та податки на додану вартість. Ці витрати можуть значно збільшити кінцеву ціну, сплачену імпортером, іноді призводячи до того, що загальна ціна більш ніж вдвічі перевищує ціну, встановлену в країні-експортера. Українські продукти рідше конкурують за якістю, репутацією та сервісом, ніж за ціною, але покупці розглядають весь пакет.

Коли підприємство розробляє свою стратегію експортного ціноутворення, на наш погляд, слід врахувати наступні міркування, які допоможуть визначити найкращу ціну на продукт підприємства за кордоном: а) який тип позиціонування на ринку (тобто, сприйняття клієнта) підприємство хоче передати своєю структурою цін? б) чи відображає експортна ціна якість вашого продукту? в) чи є ціна конкурентоспроможною? г) який тип знижок (наприклад, торгівля, готівка, кількість) та надбавок (наприклад, реклама, компроміси) підприємство має пропонувати своїм іноземним клієнтам? д) чи повинні ціни відрізнятися за сегментами ринку? е) що потрібно зробити підприємству щодо ціноутворення лінійки продуктів? ж) які варіанти ціноутворення доступні, якщо витрати підприємства збільшуються або зменшуються? з) попит на зовнішньому ринку еластичний чи нееластичний? і) чи буде іноземний уряд вважати ваші ціни розумними чи експлуаторськими? к) чи є антидемпінгові закони іноземної країни проблемою?

На наш погляд, важливим аспектом аналізу цін підприємства є визначення ринкових цілей. Наприклад, чи намагається підприємство вийти на новий ринок, прагне довгострокового зростання ринку чи шукає вихід для надлишкового виробництва чи застарілої продукції? Цілі маркетингу та ціноутворення можуть бути узагальнені або адаптовані до конкретних зовнішніх ринків. Наприклад, маркетингові цілі продажу в країну, що розвивається, де дохід на душу населення може становити одну десяту від рівня в Сполучених Штатах, обов'язково відрізняються від маркетингових цілей для продажу в Європі чи Японії.

В завершення приведемо кілька, на наш погляд, досить важливих ключових факторів визначення експортної ціни: слід визначити мету підприємства на зовнішньому ринку; розрахувати фактичну собівартість продукції; розрахувати кінцеву споживчу ціну; оцінити ринковий попит і конкуренцію; розглянути можливість модифікації продукту, щоб знизити експортну ціну; включити «неринкові» витрати, такі як тарифи та митні

збори; виключити елементи витрат, які не приносять користі для експортної функції, наприклад, внутрішня реклама.

Також потрібно буде оцінити ціни конкурентів на кожному потенційному експортному ринку. Якщо на зовнішньому ринку багато конкурентів, можливо, доведеться відповідати ринковій ціні або навіть занижувати ціну на продукт чи послугу заради встановлення частки ринку. Однак якщо продукт або послуга є новими для певного зовнішнього ринку, насправді можливо встановити вищу ціну, ніж це можливо на внутрішньому ринку.

Список використаних джерел:

1. Export pricing strategy [Electronic resource]. URL: <https://www.trade.gov/pricing-strategy>
2. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
3. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, №5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>
4. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
6. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
7. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
8. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, В. І. Борзенко, Т. О. Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
9. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
10. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
11. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
12. Kobleava T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.
13. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

СИЛИ ПРИТЯГАННЯ І ПОШТОВХУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Ткачова Н.П., к.е.н., доцент

Кобєлєв В.М., к.е.н., доцент

Перєрєва П.Г., д.е.н., профєсор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Міжнародний маркетинг включає в себе багатонаціональний процес планування та реалізації концепцій ціноутворення, просування та розповсюдження ідей, товарів і послуг для створення обміну, який задовольняє індивідуальні та організаційні цілі. Наявність передових засобів зв'язку та транспорту зменшила фізичну відстань між народами світу та перетворила світ на глобальне середовище. Країни світу наближаються до участі в можливостях глобального ринку. Потреби та бажання клієнтів не обмежуються продукцією, що виробляється та продається в межах країни. Сучасні покупці можуть отримати доступ до товарів або послуг, вироблених і проданих іноземними компаніями. Так само продукція виробників не призначена лише для внутрішнього ринку. Розвиток комп'ютерної мережі (Інтернет), електронної комерції, електронного бізнесу, мережевого маркетингу, швидких транспортних засобів та інших подібних досягнень зробили можливим доступ до продуктів будь-якої компанії в усьому світі [1-12].

Перш ніж зважитися на організацію збуту за кордоном, промислового підприємству необхідно багато чого дізнатися. Йому треба докладно розібратися в особливостях міжнародного маркетингового середовища [1, 6, 9]. В останні десятиріччя світове маркетингове середовище зазнало величезних змін. З'явилися нові можливості, і нові проблеми. Серед найбільш значних змін:

- інтернаціоналізація світової економіки, яка знаходить своє вираження у стрімкому зростанні міжнародної торгівлі та капіталовкладень за кордоном;
- поступова втрата домінуючого становища провідних світових імпортерів та пов'язані з цим проблеми пасивного торгового балансу та зміни вартості валют на світовому ринку;
- становлення міжнародної фінансової системи, що забезпечує більш вільну конвертованість валют;
- зрушення світових доходів на користь підприємств-виробників нафти;
- зростання кількості торгових бар'єрів, що споруджуються для захисту внутрішніх ринків від іноземної конкуренції;
- поступове відкриття нових великих ринків.

Управління експортом і міжнародний маркетинг тісно пов'язані, але відрізняються. Управління експортом передбачає лише управління міжнародною торгівлею з країни перебування (експортера) до країни-гостя (імпортера). Це обмежується управлінням потоком товарів або послуг. У той час як міжнародний маркетинг - це всеосяжний і інтегрований термін, який також охоплює експорт продукції. Якщо коротко, то можна сказати, що

експортний менеджмент є частиною міжнародного маркетингового менеджменту. Управління експортом більш тісно пов'язане з продажем продукції на міжнародному ринку.

Міжнародний маркетинг займається визначенням потреб і потреб міжнародного (покупців) ринку, виробництвом продукції для задоволення цих потреб і побажань, а також прийняттям найбільш відповідного способу встановлення ціни, просування та розповсюдження продукту, щоб задовольнити ці потреби та бажання [3, 7, 11].

Сучасний маркетинг передбачає не тільки продаж або розповсюдження, але і виробничу, фінансову та кадрову діяльність. Крім того, не менш важливою є діяльність після продажу. Однак практики менеджменту та експерти використовують обидва терміни вільно і сприймають, більш-менш, як схожі. Концептуальна суперечка має невелике відношення до реальної практики.

На наш погляд, силами сутності міжнародного маркетингу є сили притягання і сили поштовху. Примусові сили змушують націю продавати свої товари та послуги в інших країнах. Сили, що штовхають, включають низький рівень національного доходу, низький рівень доходу на душу населення, низький внутрішній попит, несприятливий підхід уряду, високі ставки податків і зборів, урядову силу експортувати для отримання іноземної валюти, жорсткий місцевий ринок тощо. Ці сили змушують маркетолога вибрати міжнародний ринок.

Інший набір сил - це тягові сили. Тяга змушує тягнути (залучати) бізнесменів для продажу своєї продукції на зовнішньому ринку, щоб використовувати привабливі можливості в зарубіжних країнах. Щоб скористатися перевагами більш прибуткових можливостей, їх залучають до бізнесу в інших країнах. Зміна рівня привабливості міжнародного ринку може впасти або в силу притягнення, або сил поштовху, або обох сил одночасно.

Список використаних джерел:

1. Jaideep S. International Marketing: Its Features and Need. URL: <https://www.yourarticlelibrary.com/international-marketing/international-marketing-its-features-and-need/48740>
2. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, №5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>
- 3.Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
4. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, В. І. Борзенко, Т. О. Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.

5. Kocziszky G., Kobielieva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
6. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
7. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
8. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
9. Маркетинговий менеджмент на світовому ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] : конспект лекцій / П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2020. 35 с.
10. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
11. Kosenko O.P., Kobielieva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
12. Kobeleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.

JAKOŚCIOWE CZYNNIKI ROZWOJU GOSPODARCZEGO POLSKICH WOJEWÓDZTW W LATACH 2010-2020

prof. Eugeniusz Kwiatkowski

dr Agnieszka Krzetowska

Politechnika Warszawska, Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych

Rozwój gospodarczy i jego procesy odgrywają ważną rolę w gospodarce i życiu społecznym, kształtują bowiem poziom i jakość życia mieszkańców. Rozwój gospodarczy jest procesem obejmującym ilościowe oraz jakościowe i strukturalne zmiany podstawowych wielkości makroekonomicznych. Analizy czynników determinujących rozwój gospodarczy mają ważne znaczenie teoretyczne i praktyczne. Pozwalają rozpoznać uwarunkowania oraz przyczyny rozwoju gospodarczego, a także wskazać na sposoby jego stymulacji i przyspieszenia. W niniejszej pracy podjęto próbę wskazania czynników determinujących rozwój gospodarczy województw korzystając z metod ekonometrycznych. Dobór potencjalnych zmiennych objaśniających do modelu bazuje na dorobku teoretycznym ekonomii oraz dostępności informacji statystycznych na poziomie województw. Z tych względów do podstawowych determinant wpływających na zróżnicowanie województw pod względem poziomu rozwoju gospodarczego zaliczono: udział osób z wykształceniem wyższym w ogólnej liczbie pracujących, udział wartości produkcji sprzedanej przemysłów wysokiej i średniowysokiej techniki w wartości produkcji sprzedanej przemysłu ogółem, udział pracujących w

usługach w ogólnej liczbie pracujących, liczbę podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców w wieku produkcyjnym, stopę bezrobocia rejestrowanego. Wszystkie wymienione zmienne ujęto w formułach relatywnych, pozwalających na dokonanie porównań między powiatami. Zmienne wartościowe ujęto w wyrażeniu realnym (w cenach roku 2010), dzięki czemu możliwe są analizy zmian w czasie. Analizę ekonometryczną przeprowadzono w oparciu o dane przekrojowo-czasowe (dane roczne z lat 2010-2020 o 16 województwach), wykorzystując funkcję potęgową po zlogarytmowaniu.

$$\ln PKB_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \cdot \ln OWW_{it} + \alpha_2 \cdot \ln WPS\ PWST_{it} + \alpha_3 \cdot \ln OS\ PU_{it} + \alpha_4 \cdot \ln PG_{it} + \alpha_5 \cdot \ln SB_{it} + \varepsilon_{it}$$

(1)

gdzie przyjęto następujące oznaczenia:

PKB_{it} – PKB na 1 mieszkańca w województwie i w roku t w zł (w cenach roku 2010),

OWW_{it} – udział osób z wykształceniem wyższym w ogólnej liczbie pracujących,

$WPS\ PWST_{it}$ – udział wartości produkcji sprzedanej przemysłów wysokiej i średniowysokiej techniki w wartości produkcji sprzedanej przemysłu ogółem,

$OS\ PU_{it}$ – udział pracujących w usługach w ogólnej liczbie pracujących,

PG_{it} – liczba podmiotów gospodarczych ogółem na 1000 mieszkańców w wieku produkcyjnym w powiecie i w roku t,

SB_{it} – stopa bezrobocia rejestrowanego w powiecie i w końcu roku t w %,

ε_{it} – składnik losowy,

α_0 – wyraz wolny,

$\alpha_1 - \alpha_5$ – parametry przy zmiennych objaśniających.

Tabela 1.

Wyniki analizy regresji dla województw

Zmienna	Oszacowanie parametru	t-stud
OWW	0,098	2,34
WPS PWST	0,051	1,32
OS PU	0,28	4,06
PG	0,29	3,45
SB	-0,417	-8,68
Wyraz wolny	6,36	19,35
N = 176 Popraw. $R^2=0,832$	Test K-S $d=,07045, p> .20$	

Źródło: obl. własne w programie Statistica

Przedmiotem estymacji w modelu były parametry $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \dots, \alpha_5$, szacowane metodą najmniejszych kwadratów (MNK). Do interpretacji wyników oszacowań stosuje się podejście elastycznościowe. Oszacowane wartości parametrów α_i należy interpretować jako procentowy wzrost lub spadek wartości PKB na 1 mieszkańca w województwie wynikający ze wzrostu wartości zmiennej objaśniającej o 1%, przy założeniu ceteris paribus. Analizując wyniki estymacji

моделю należy podkreślić, że oszacowania wszystkich parametrów okazały się statystycznie istotne (stosunkowo wysokie wartości bezwzględne wskaźników t-stud.).

Oceniając poziom dopasowania oszacowań modelu do danych empirycznych, posłużono się współczynnikiem determinacji. Stosunkowo wysoki współczynnik determinacji (Popraw. $R^2=0,8325$) wskazuje, że model regresji pozwala wyjaśnić ponad 83% wariancji zmiennej zależnej. W celu weryfikacji normalności rozkładu reszt oraz poprawności doboru postaci funkcyjnej zastosowano test K-S, wartość d w teście K-S (0,07045) była większa od wartości krytycznej (0,05), co wskazuje, że rozkład reszt jest rozkładem normalnym oraz że postać funkcyjna modelu jest poprawna.

Literature:

1. HERBST M., WÓJCIK P. (2012), Wzrost gospodarczy i dywergencja poziomów dochodu w polskich podregionach - niektóre determinanty i efekty przestrzenne, „Ekonomista”, nr 2.

2. KRYŃSKA E., red. nauk. (2011), Rozwój zasobów i miejsc pracy na Mazowszu. Uwarunkowania społeczno-gospodarcze, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa.

3. KWIATKOWSKI E., KWIATKOWSKA E. (2020), Zróżnicowanie poziomu i charakteru bezrobocia w przekroju powiatów w Polsce, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie”, nr 3 (987), 2020 r., str. 7 – 29.

4. KWIATKOWSKI E., ROGUT A. (2011), tendencje zmian na rynku pracy w województwie mazowieckim w latach 1995-2008, w: KRYŃSKA E., red. nauk. (2011), Rozwój zasobów i miejsc pracy na Mazowszu. Uwarunkowania społeczno-gospodarcze, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa, s. 29-66.

5. MADDALA G. S., (2021), Ekonometria, PWN, Warszawa.

6. WELFE A. (2018), Ekonometria, Wydawnictwo PWE, Warszawa.
<https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start>

БІОЕКОНОМІКА: АСПЕКТИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Будякова О. Ю., к.е.н., доцент кафедри смарт-економіки,
Київський національний університет технологій та дизайну

Розвиток сучасної міжнародної економіки переживає у своїй динаміці шостий уклад, пов'язаний із бурхливим розвитком біотехнологій та нанотехнологій. Водночас сьогодні неможливо обійтися без оцінки статусу та етичного обґрунтування концептуальної моделі сучасної наукової картини світу, необхідності контролю над впровадженням результатів у сферу живого. Економічний ефект і водночас вплив нанотехнологій на основні соціальні сфери є фантастичним.

За визначенням Європейської комісії, біоекономіка охоплює виробництво відновлюваної біологічної сировини ресурсів і перетворення цих ресурсів і відходів в продукти з доданою вартістю, зокрема, в продукти харчування, корми, продукти на біологічній основі та біоенергетику [1].

Усі ці питання, а також питання соціально-економічного розвитку міжнародної економіки покликані вирішити у тому числі біоекономіка [2] як інноваційний напрямок економічного розвитку [3].

Становлення інноваційної системи є однією з характерних тенденцій динаміки національних економік, у тому числі, при використанні інноваційних досягнень у галузі медицини, генної інженерії, біотехнологій та нанотехнологій тощо.

Інноваційна економіка – це раціонально вибудована економіка, заснована на знанні та використанні високих технологій, прозорості та вільної конкуренції, ініціації нових ринків та їх різноманітності. Така економіка відрізняється високим рівнем розвитку фундаментальної та прикладної наук, наявністю потужних інтелектуальних парків, привабливим інвестиційним кліматом та високими інвестиційними ресурсами, конкурентоздатною продукцією на світових технологічних ринках, соціально-політичною стабільністю, високою якістю життя та людського потенціалу, соціально-економічним розвитком держави. Прориви в інноваційній економіці забезпечуються визначенням пріоритетних напрямів у науці та промисловості, соціальній сфері та їх подальшим фінансуванням, своєрідним синтезом фундаментальних та практико-орієнтованих досліджень, ефективним партнерством держави, бізнесу, академічної та університетської науки. Реалізація таких інноваційно-комплексних програм неможлива без звернення до їх раціонального обґрунтування, морального наповнення та побудови на цій основі прогнозних моделей розвитку економіки, управління та прийняття адекватних рішень, забезпечення комунікативної взаємодії в інноваційних процесах.

У сучасній культурі нарастають тенденції зміни образу людини, сприйняття людського тіла та віку, гендерних уподобань та моделей, здоров'я та хвороби. Все це є своєрідним соціальним замовленням стосовно становлення біоекономіки як комплексної інноваційної складової.

У формуванні сучасної міжнародної економіки особливо важливо враховувати міждисциплінарний потенціал наук: економіки, біотехнологій та екології. Причиною міждисциплінарного синтезу наукових знань виступили взаємодії окремих наук, що чітко заявили про себе в другій половині ХХ століття, але корінням сягало ще в період завершення класичної науки, коли виникли перші «стикові» науки. Міждисциплінарні дослідження як засіб організації дослідницької діяльності, що передбачає взаємодію у вивченні одного і того ж класу об'єктів та систем представників різних дисциплін. Більш того, в сучасному науковому знанні формуються трансдисциплінарні стратегії, що забезпечують таку інноваційну систему організації наукових знань, яка не обмежується лише міждисциплінарними зв'язками, а виходить

на необхідність залучення соціальних цінностей і регуляторів при гуманітарній експертизі сучасних наукових проєктів, й цінностями, із соціально-економічними пріоритетами та установками. У цьому сенс трансдисциплінарної науки, що виходить не лише за рамки окремих дисциплін, а й дисциплінарної науки загалом у широке суспільне середовище.

Змінюється суспільний контекст на глобальному та європейському рівні. В умовах контексту, що змінився, необхідна нова концепція – нова економічна парадигма, що закладає основи для процвітання людства в рамках можливостей планети.

Потрібні нові концепції реалізації міжнародних угод. Такою концепцією може бути парадигма біоекономіки замкнутого циклу, яка заснована на синергетичному ефекті злиття ідей економіки замкнутого циклу та біоекономіки [2].

Інноваційні прориви сучасної науки в галузі біотехнологій та нанотехнологій надають радикальний вплив на економіку. Це свідчить про необхідність розвитку біоекономіки, що гармонізується з екологією. Таке завдання можна вирішити з урахуванням кооперації економіки, біотехнологій та інформаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. European Commission 2012: Innovating for Sustainable Growth – A bioeconomy for Europe. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
2. Будякова О. Ю. Біоекономіка: соціально-економічний аспект. Креативний простір України та світу: кол. моногр. – Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2022. – С. 209-217.
3. Будякова О.Ю. Біоекономіка: інноваційний напрям економічного розвитку. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством* : Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Полтава, 14 – 15 квітня 2022 р. Полтава, 2022. С. 451-454.

ЗАКОНОДАВСТВО ЄС ЩОДО ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ

Прокопенко К.О., к.е.н.

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

Світовий ринок органічних харчових продуктів стрімко розвивається. Темпи зростання вітчизняного органічного ринку хоч і не є стрімкими, проте систематичні, та дозволяють українським виробникам стабільно посилювати свої позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Майбутній успіх органічного сільського господарства буде визначатися насамперед запитами споживачів, які формуються трьома факторами: безпечні та здорові продукти, внесок у добробут тварин і внесок у більш чисте довкілля.

Для успішного розвитку вітчизняного органічного виробництва сільськогосподарської продукції необхідно сформувати інституційне забезпечення – як з урахуванням вдалого досвіду розвинених країн, так і національних особливостей нашої держави. З огляду на зближення вітчизняного інституційного середовища із європейським, доцільно найбільшу увагу приділяти законодавству щодо органічного виробництва у країнах ЄС.

З 1 січня 2022 року Європейський Союз увів в дію новий Регламент Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 2018/848 про органічне виробництво й маркування органічних продуктів [1]. Ключовими змінами зазначеного Регламенту є розширення сфери його застосування, посилення відповідальності операторів у разі виникнення підозри щодо забруднення продукції, перехід від еквівалентності до рівнозначності та встановлення вимог до групової сертифікації. Серед нових цілей Регламенту є заохочення коротких каналів збуту і локального виробництва, що є важливим у контексті підтримки малих виробників.

Важливим нововведенням Регламенту є можливість "групової сертифікації", що дає дрібним фермерам змогу об'єднуватися, виробляти та спільно проходити сертифікацію органічної продукції. Ця модель є дуже перспективною для вітчизняних виробників, оскільки завдяки їй полегшаться умови ведення бізнесу для дрібних фермерів: вони зможуть проходити групову сертифікацію, значно економлячи час та кошти. Крім того, дозволяється паралельне ведення органічного і традиційного господарства, якщо їх розділено згідно з нормами, що суттєво полегшить затратний перехід до органічного виробництва.

Ця модель досить поширена у світі. За даними FiBL, у 2019 р. нею було охоплено 2,6 млн органічних виробників, що об'єдналися у 5900 груп із системами внутрішнього контролю. Ці виробники вели діяльність на площі 4,5 млн га (середній розмір господарства становив 1–4 га залежно від регіону). Основною продукцією були кава і какао, а також цукор, мед, бавовна, ароматичні рослини, тропічні фрукти.

Групової сертифікації сьогодні представлена двома типами організацій, а саме: організованими групами фермерів, такими як кооперативи, асоціації фермерів, федерації кооперативів (що у світі становлять половину від загальної кількості, однак вони мають обмежений асортимент органічних продуктів) та групи під управлінням трейдерів (їх менше половини від загальної кількості, однак вони охоплюють 1–1,3 млн органічних виробників).

У новому Регламенті групової сертифікації чітко не визначена, однак в Настановах Єврокомісії від 2008 р. зазначено, що членами групи, на яку поширюється групової сертифікація, можуть бути лише дрібні фермери. Більші господарства (також можуть бути членами групи, але повинні проходити щорічну інспекцію, яка проводиться незалежним органом сертифікації). Крім того, переробники й експортери також можуть бути

частиною структури групи, але теж повинні проходити щорічну інспекцію, яка проводиться незалежним органом сертифікації. Фермери, що належать до групи, повинні застосовувати однакові системи виробництва і географічно знаходитися поруч.

Група може бути самоорганізованою, а саме: у формі кооперативу або структурованої групи виробників при переробнику чи експортері. Це означає, що вона повинна бути офіційно зареєстрована на основі письмових угод з членами, мати центральне керівництво, встановлені процедури прийняття рішень і правоздатність. Також має бути запроваджена система внутрішнього контролю.

Кожна група операторів повинна складатися тільки із членів:

- для яких вартість індивідуальної сертифікації становить понад 2% обороту або стандартного обсягу органічного виробництва і чий річний оборот органічного виробництва не перевищує 25 000 євро, або чий стандартний обсяг органічного виробництва не перевищує 15 000 євро на рік; або

- кожен з яких має господарство площею не більше: 5 га; або 0,5 га для теплиць, або 15 га, включно для багаторічних пасовищ.

Таким чином, у 2022 р. для групової сертифікації у ЄС кожна група операторів повинна: бути створена в державі-члені або в третій країні; мати правосуб'єктність; складатися з членів, які провадять діяльність географічно наближено один до одного; запровадити спільну систему маркетингу для продукції, виробленої групою; і запровадити систему внутрішнього контролю, що складається з документованого набору заходів і процедур контролю, згідно з яким конкретна особа або орган відповідає за перевірку дотримання кожним членом групи вимог цього Регламенту.

З метою активізації входження малих агровиробників у органічне виробництво в Україні доцільно запровадити модель групової сертифікації органічної продукції, яка дозволить об'єднання зусиль малого бізнесу при виробництві органічної продукції та її сертифікації задля здешевлення та спрощення отримання сертифікатів, що полегшить вихід дрібних товаровиробників на внутрішній та зовнішній органічні ринки.

Список використаних джерел:

1. Регламент Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 2018/848 про органічне виробництво й маркування органічних продуктів про органічне виробництво та маркування органічної продукції. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018R0848&from=EN>

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Костюк В.С., к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

Надія на повну перемогу нашої країни в російсько-українській війні дає нам підстави не лише переосмислити пройдений складний історичний шлях українського народу, а й зробити правильні висновки і закласти міцний фундамент подальшого розвитку. У нас є ідеальна можливість перемогти нарешті радянсько-імперську ідеологію, яка матеріалізувалась у «п'яту колону» і сприяла агресії ворога. Після війни головне завдання не просто відбудувати українську економіку, а побудувати нове українське суспільство на тих принципах, які закладені в українській Конституції, і які, нажаль, не були реалізовані в повній мірі в довоєнний період. « Україна є суверенна і незалежна, демократична, соціальна, правова держава. Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю» - ці статті Конституції повинні стати дороговказом майбутнього розвитку.

У контексті сучасної зовнішньої політики України з огляду на те, що Україна отримала опитувальник для надання Україні статусу кандидата в Євросоюз і вже відправила в Брюссель відповіді на обидві його частини, велике значення мають норми та правила прийняті у ЄС. Це стосується багатьох сторін життя, у тому числі й функціонування сільських територій, особливо нівелювання диспропорцій та забезпечення їх сталого розвитку. Важливим є вивчення способів та методів забезпечення сталого розвитку сільських територій країн-кандидатів на вступ до ЄС. Дослідження політики сталого розвитку сільських територій країн-кандидатів на вступ у Європейський Союз доцільно розглянути з початку 1990-х років, оскільки саме у цей час у Спільній сільськогосподарській політиці ця проблематика була виокремлена і почала розглядатись паралельно та у комплексі із проблемами сільськогосподарського виробництва, і саме у цей період почала формуватись стратегія підготовки сільських територій країн-кандидатів до функціонування у нових, складніших умовах Спільноти, зі специфічними вимогами до якості сільськогосподарської продукції, стану сільських територій та високою конкуренцією. Процесові інтеграції кожної з держав до Європейського Союзу передують ґрунтовний аналіз наявної у ній ситуації, що здійснюється Генеральним директором з сільського господарства Європейської комісії, після чого розробляються рекомендації та плани, а далі слідує копітка праця з їх втілення.

Слід наголосити, що поняття «сталого розвитку сільських територій» вже давно вийшло за межі сільськогосподарського виробництва, яке, хоч і залишається, здебільшого, вирішальним, однак усе частіше поступається іншим альтернативним видам економічної діяльності, що набуло відображення у низці стратегічних документів ЄС. Для забезпечення сільським територіям України можливості сталого розвитку необхідно враховувати найновіші світові тенденції

і те, що пріоритети постійно змінюються, а тому слід здійснювати планування з певним випередженням. З огляду, на нинішню складну військову і політико-економічну ситуацію в країні, можлива масштабна підтримка розвитку сільських територій України з боку ЄС, тому процес, який зайняв, наприклад, у Польщі 15 років, повинен для України зайняти значно коротший час. Це має свої плюси і мінуси. Плюси очевидні, щодо мінусів – то ми не будемо мати того часу, щоб Генеральний директорат ЄС з сільського господарства розробив рекомендації та плани, а ми працювали над їх втіленням. Тому нам сьогодні необхідно самим зрозуміти і побачити ті шляхи, якими йти до сталого розвитку сільських територій, осмислити теоретичне підґрунтя трансформаційних перетворень для сталого розвитку сільських територій.

І тут головною проблемою соціальних та поведінкових наук був і залишається пошук відповіді на питання «А для чого?» в розумінні взаємозв'язку економічного зростання й людського розвитку. Ще стародавні мислителі твердили, що людина має розглядатися не лише як засіб збільшення виробництва, а й як найважливіша мета розвитку, саме людина є мірою всіх речей. Відомий вислів давньогрецького науковця-енциклопедиста, Арістотеля: «Держава створюється задля того, щоб жити щасливо». Він вважав, що «багатство – це явно не те благо, якого ми прагнемо, оскільки воно всього лише корисне для досягнення чогось більшого».

А. Сміт, оцінюючи роль людини в суспільному прогресі, вважав її не лише джерелом, а й частиною суспільного багатства. Визнаючи здібності, навички капіталом, А. Сміт робив висновок, що працівник, окрім «звичайної заробітної плати» за «звичайну працю», має одержати й відшкодування витрат на навчання та прибутку на них.

Конструювання заходів щодо покращення суспільного добробуту через трансформаційні перетворення в країні вимагає науково обґрунтованого підходу, насамперед, осмислення і нового розуміння теорії суспільного вибору, що пояснює, як суспільний інтерес відображає інтереси його членів.

Автором теорії суспільного вибору є американський економіст Дж. М. Б'юкенен, нагороджений у 1986 році Нобелівською премією з економіки «за дослідження договірних та конституційних основ теорії прийняття економічних та політичних рішень». Досліджуючи конституційні і контрактні принципи теорії прийняття економічних рішень, Дж. М. Б'юкенен трактує політику як процес обміну між індивідуумами, у якій останні намагаються колективно досягнути своїх власних цілей, оскільки не можуть реалізувати їх шляхом звичайного ринкового обміну. На ринку люди міняють яблука на апельсини, а в політиці – погоджуються платити податки в обмін на блага, необхідні всім і кожному – від місцевої пожежної охорони до суду.

Україна, попри всі проблеми, які супроводжують її протягом складних років незалежності, рухається у демократичному напрямі. І на цьому шляху їй може допомогти впровадження основних принципів теорії суспільного вибору, які повинні бути закладені у фундамент соціальних основ сталого розвитку сільських територій.

СЕКЦІЯ 4. РОЗВИТОК ФІНАНСОВО–ОБЛІКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Жарун О.В., доцент кафедри підприємництва,

торгівлі та біржової діяльності

Уланчук В.С., професор кафедри обліку і оподаткування

Уманський національний університет садівництва

Важливою умовою підвищення конкурентоспроможності економіки України та підтримання її на належному рівні є забезпечення розвитку підприємництва.

Це стає можливим завдяки створенню сприятливих умов для ведення бізнесу (забезпечення політичної стабільності, правової визначеності, податкової прозорості тощо), розвитку зовнішньоекономічних відносин (надалі ЗЕД) та функціонуванню розвиненої інфраструктури підприємництва як в країні в цілому, так і в окремо взятих регіонах безумовно з урахуванням специфіки їх розвитку.

Задля формування стимулів розвитку підприємницької діяльності необхідно забезпечити відповідною інфраструктурою, бо саме вона створює умови для швидкої адаптації підприємств різного розміру: від малого до крупного бізнесу до постійних змін зовнішнього середовища. Наразі помітно спростилися соціальні та бізнес транзакції. Виходити на нові ринки стало легше, але це породило і зворотній ефект - таке взаємне відкриття ринків в умовах створення зони вільної торгівлі з Європейським Союзом призвело до того, що переважна більшість підприємництва потребує підтримки в посиленні захисту від іноземних конкурентів на внутрішніх ринках, та пошуку надійних «провідників» у різні ринки. Україна зробила і робить багато спроб вступу до європейської інтеграції, але той факт, що почалася війна набагато уповільнив цей процес. Попри все це, 1 січня 2016 року почала діяти умова поглибленої зони вільної торгівлі (ЗВТ) ЄС та України, що відкрила для українського бізнесу двері різних можливостей. А це означає вільний спрощений доступ на ринки ЄС, скасування ввізних мит на більшість імпортованих товарів, шанс на зниження рівня шахрайства та контрабанди, ведення бізнесу без кордонів тощо [2].

Тяготіння та рух України, нехай і ускладнений різними факторами, в напрямку Євроінтеграції є перспективною тропою економічного розвитку, саме тому до неї є прагнення. Ця перспектива знаходить своє втілення у вільному доступі до світового ринку товарів/послуг/робіт, постійній взаємодії з високорозвиненими країнами, перейманню досвіду, що призведе до покращення, модернізації виробництва тут на Україні, підвищення якості товарів, послуг, робіт, втілення корисних ідей, впровадження інноваційних технологій на Батьківщині тощо.

Але, як зазналося вище, будь яка перспектива має і зворотну сторону. Тим не менш, євроінтеграція матиме більше переваг, ніж недоліків. Тому не будемо зосереджуватися на них. Не будемо вдаватися до детального розбору недоліків та зосередимося на тому, яким чином розвивається українське підприємництво за умов поставлення таких амбітних цілей, що саме може заважати, потребує доопрацювання, що змінюється у ході тощо. Єдине, що слід відмітити, це те, що з часом великі компанії можуть стати перепорою для успішної діяльності українських підприємств та, навіть, можуть стати монополістами у певній галузі, витіснивши менші підприємства[1].

При євроінтеграції малі підприємства розглядаються і займають особливо місце в Європейській Хартії, що націлена на підтримку і зацікавлена у «виживанні» малого бізнесу, як своєрідного елементу добробуту країни.

Інтеграція у ЄС неабияк впливає на розвиток підприємництва в Україні. Підприємства відчують дані змін, нововведення, перевтілення стандартів, введення нових податкових інструментів та механізмів. В умовах постійних змін підприємства примусово/добровільно, органічно/неорганічно стають гнучкими та підсилюють імунітет на нове[3].

Усім відомо, що малі і середні підприємства займають вагомую частку у внесках до державного бюджету та беззаперечно є важливою складовою економічної системи. Його необхідно повсякчас підтримувати та розглядати з точки зору рушія, який приведе до економічного зростання (Табл. 1.1).

Хоч наразі для нас усіх пандемія стала звичним середовищем існування, функціонування, але перед цим вона завдала неабиякого удару по підприємництву України, особливо по малому бізнесу. Карантин, військові дії, нестійка економічна та політична ситуація в країні, низька купівельна спроможність населення завдає ударів один за одним по підприємництву.

Таблиця 1.

Динаміка основних показників суб'єктів малого підприємництва протягом 2013-2020 років

Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Частка малого підприємництва у ВВП, %	10	11	13	14	15	15	16
Частка малого підприємництва у структурі підприємництва, %	98,8	99,1	99,2	99,2	99,1	99,1	99,0
Кількість суб'єктів малого підприємництва, тис. од.	1702,2	1915,1	1958,4	1850,1	1789,4	1822,7	1923,0
в тому числі суб'єктів мікропідприємництва, тис. од.	1637,2	1859,9	1910,8	1800,7	1737,1	1764,7	1864,0
Чисельність зайнятих у малому підприємстві, тис. осіб	2010,7	1686,9	1576,4	1591,7	1658,9	1641,0	1746,6
Кількість малих підприємств на 10 тис. населення, од.	82	76	77	68	76	80	86

Цю динаміку ми розглядаємо протягом 2014-2020 років на основі аналізу таких показників як частка малого підприємництва у ВВП, його частка у

структурі підприємництва в цілому, кількість суб'єктів малого і мікропідприємництва, чисельність зайнятих у малому підприємстві та кількість малих підприємств на 10 тис. населення. Значення усіх показників, насамперед частки малого підприємництва у загальній структурі підприємництва (98,8-99,2%) та кількості малих підприємств на 10 тис. населення (68-86 одиниць), є достатньо вагомими. Внесок вітчизняного малого підприємництва у створеному продукті залишається недооціненим. Незважаючи на те, що мале підприємництво є рушійною силою розвитку національної економіки, його частка у ВВП є незначною і не перевищує 16% (це максимальний показник у 2020 р.). В той же час в економічно розвинутих країнах внесок малого підприємництва у ВВП у середньому становить близько 60%.

Таким чином, підприємництво у нинішні часи повинно бути гнучкими, щоб вижити, бо тенденція їх розвитку, вектори їх руху продиктовані зовнішніми явищами.

Список використаних джерел:

1. Балановська Т. І. Особливості функціонування малого підприємництва в Україні // Інноваційна економіка. 2018. № 8 (34). С. 22 – 31.
2. Гейко Т. Ю. Пріоритети розвитку підприємництва в Україні в умовах пандемії COVID-19 та в посткарантинний період. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2020. № 2 (73). С. 62–71.
3. Красота О.В., Кір'єв І.С. Особливості розвитку малого підприємництва в умовах порушення макроекономічної стабільності. Ефективна економіка. Київ, 2021. №2.

THE PRINCIPLE OF JUSTICE AS A DETERMINANT OF MODERN TAXATION OF AGRICULTURAL PRODUCTION ENTITIES

V. P. Bechko , *Ph.D. in Economics, Associate Professor*
Uman National University of Horticulture

Domestic tax policy has a significant impact on the level of tax burden on taxpayers. The importance of the tax burden on the economic entities of agricultural sector largely depends on the object of regulation at the state level. The tax burden serves to assess the results of the impact on taxpayers. Tax burden is regulated by the state with the help of tools, methods and mechanisms within the framework of domestic tax policy, which is a component of state economic policy. An important factor influencing the tax burden on taxpayers is the element and reasons under which the level of tax burden is the subject to change.

An important factor in the tax burden on agricultural producers is the administration by means of value added tax. The preferential regime of VAT taxation for agricultural producers was initiated in accordance with the provisions of Decree № 1328/98 " On Support of Agricultural Producers", according to which value added

tax was not paid to the budget as a result of goods and services sales, but remained at the disposal of agricultural production entities - the taxpayer, these amounts were accumulated in a separate special account provided by the institution of industrial purpose.

According to the amendment to the Tax Code of Ukraine, since 01.02.2015 the procedure for administering value added tax for agricultural producers who applied a special tax regime has changed significantly. Such changes occurred as a result of the introduction of the electronic VAT administration system, which has been fully operational since July 1, 2015. The system was intended for the use of special accounts for electronic VAT administration, accumulation of VAT amounts on these accounts and their automatic write-off to budget revenues on the basis of an electronic tax return. As a result of such innovations, agricultural producers lost the right to transfer VAT amounts from their current account directly to a special account, because they, according to the changes, had to send the corresponding amount to the electronic account in the electronic VAT administration system by the 30th day of the month following the reporting month. And only after the 30th day the State Treasury of Ukraine directed the tax funds to a special account of the business entity for economic purposes use.

Agricultural producers of all organizational and legal forms of management are payers of the single tax (fourth) group, in case the previous year the share of agricultural products in total sales was 75%. Due to this, it is important for some of them to apply a special regime of value added tax, which was in force before its abolition in 2017. The application of a special regime of value added tax should be provided for those businesses entities in the agricultural sector which have the land area that doesn't exceed 1000 hectares no matter whether they own or lease their land areas. Medium and wholesale agricultural producers should be subjects to VAT on a general basis, as the positive aspects of administering of this tax exceed the negative ones.

Advantages of value added tax payment:

- the possibility of reimbursement of tax credit for the purchase of goods and services;
- possibility to work with clients who are VAT payers;
- stimulation of products export. Application of a zero VAT rate on the main types of agricultural products;
- application of 14% VAT rate on certain types of agricultural products.

Disadvantages of value added tax payment::

- increasing of tax burden;
- not all VAT-paying agricultural producers have access to the Internet and can ensure the transmission of reports to the State Tax Service using telecommunication channels;
- significant expenses for electronic document management and training, the possibility of information loss or its leakage. Significant complication of tax control. Lots of mistakes and gaps in the VAT return, etc.

This is especially true of agricultural holdings which have numerous land plots, well-established information infrastructure, access to the Internet, trained personnel capable of transmitting reports to the State Tax Service from telecommunication channels.

In the second half of 2022, the countries of the European Union will introduce a zero VAT rate on food. In Ukraine, there is no other option after the EU than to set a zero VAT rate for processors in the agro-industrial complex. Otherwise, we will simply destroy Ukrainian producers, as they will lose in the competition against cheap European food imports. At the legislative level, the application of a zero VAT rate on food products similar to the EU should be legalized, the introduction of which will stimulate agricultural producers, will lead to the production of competitive agricultural products compared to EU countries.

Thus, the restoration of a special value added tax regime for small agricultural enterprises with a total land area not exceeding 1,000 hectares will be a tax incentive for them to operate on self-financing and self-sufficiency, with the simultaneous allocation of funds to purchase young animals and formation of the main herd.

An element of tax incentives for agricultural producers will be the establishment of a zero rate on food, which will allow them to compete with imported food by making it cheaper.

References:

1. About the system of electronic VAT administration. Letter of the SFS of Ukraine No. 1403/7 / 99-99-19-03-01-17 . 01/19/2015 UR L: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1403872-15#Text>
2. State Statistics Service of Ukraine. Statistical Yearbook of Ukraine for 2020. Kyiv.2021.455 p.
3. On approval of the Procedure for the use of funds provided in the state budget for the provision of financial support for the development of farms / Resolution of the Cabinet of Ministers .7.02.2018. No 106. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/106-2018-%D0%BF#Text>
4. Provisions of the Law of Ukraine of 17.12.2020 "On Amendments to the Tax Code of Ukraine on the Value Added Tax Rate on Transactions for the Supply of Certain Types of Agricultural Products" URL : <http://www.visnuk.com.ua/en/news / 100025375-item-pdv-14-dlya-s-kh-produktsiyi-z-yakogo-period-zastosovuyetsya />
5. Tchaikovskyi I. The Government should offer farmers a special regime to create added value in 2022. URL : <https://agropolit.com/interview/919-ivan-chaykivskiy-uryad-u-2022-rotsi-mav-bi-zaproponuvati-agrariyam-spetsrejim-dlya-stvorenniya-dodanoyi-vartosti>.
6. Vorobei S. Ministry of Finance does not support the introduction of a zero VAT rate on food. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3406597-minfin-ne-pidtrimue-zaprovadzenna-nulovoi-stavki-pdv-na-produkti-harcuvanna.html> .
7. Schvabii K. Why is it necessary to reduce VAT first, and not PIT with SRS? URL: https://biz.censor.net/columns/3316367/chomu_spochatku_treba_zmenshyty_pdv_a_ne_pdfo_z_ysv .

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Горященко Ю.Г., д.е.н., доц., проф.
Університет митної справи та фінансів

Війна здатна стимулювати інноваційний стрибок економіки країни за умов змін структури самої економіки, консолідації усіх наявних ресурсів і узгодженості дій стейкхолдерів на засадах прозорості, непідкупності, чесності та принциповості. Зміна структури економіки означатиме її розвиток, перебудову та підтримку як ззовні (план Маршалла, ленд-ліз військової зброї), так і всередині України (економічне відродження через індустриальний розвиток, партнерська взаємодія головних економічних акторів тощо) [1; 2].

На практиці інноваційний розвиток підприємництва завжди супроводжується фінансовими вливаннями та постійною інвестиційною підтримкою. Натомість, в останні роки спостерігається скорочення фінансування науки з бюджету, зменшення сальдо експорту-імпорту технологій, фінансування переважно фундаментальних досліджень замість прикладних.

Відсутність фінансування залишається головною проблемою, що гальмує розвиток високотехнологічного сектора економіки, серед іншого, це сприяє скороченню чисельності наукових працівників. Недостатньо уваги приділяється питанням фінансового та матеріально-технічного забезпечення виконання наукових досліджень і розробок з пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки. Слід зазначити, що крім недоліків у фінансуванні, концепції пріоритетних напрямків розвитку науки і техніки минулих років недостатньо висвітлювали необхідність використання найбільш перспективних технологічних, проте високовитратних, процесів: біотехнологій, інформаційних технологій, безвідходних, аерокосмічних технологій та інших технологічних процесів майбутнього.

На макро- та мезорівні основні показники фінансового потенціалу інноваційної екосистеми включають загальну суму витрат на інновації, капітальні інвестиції в нематеріальні активи, витрати на дослідження та розробки (у % до ВВП), прямі іноземні інвестиції та ін.

Колосальні розриви між прогнозуванням та фінансуванням інноваційної діяльності убезпечують зниження всіх показників інноваційного розвитку як на мікро-, так і на макрорівні. Вважаємо, що в умовах постпандемії, військового конфлікту, криз довіри та відповідальності, ситуація може надалі погіршуватися.

На нашу думку, в умовах, що склалися, як для Євросоюзу, так і для України у найближчій перспективі буде характерно фінансування проєктів з високою «соціальною віддачею» і створення «відкритих екосистем для досліджень, інновацій і освіти» [3].

Підсумовуючи вище викладене, варто зауважити, що у сучасних умовах розвитку, до проблемних питань фінансування інноваційного розвитку бізнесу та підприємництва, додаються невідкладні завдання щодо прогресивних міжгалузевих структурних зрушень і, як наслідок, відродження економіки саме через індустріальний розвиток України.

Список використаних джерел:

1. Данилишин Б. Про «план Маршалла для України» і не тільки. Який курс для післявоєнної відбудови економіки краще обрати Україні? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/1/685066/> (дата звернення: 13.05.2022).
2. Новіков В. Яка модель для відбудови економіки після війни потрібна Україні. Чому План Маршалла не спрацює в Україні і які уроки можна взяти з післявоєнного відновлення Південної Кореї? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/16/684116/> (дата звернення: 12.05.2022).
3. Ибрагимов К.А. Европа 2030: разработка новой рамочной программы ЕС по исследованиям и технологическому развитию. *Обозреватель*. 2017. №11 (334). С. 51–61.

PROBLEMATIC ASPECTS OF ACCOUNTING FOR SUPPLY AND SALES ACTIVITIES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Mykhailovyna S. O. candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Uman National University of horticulture

The establishment of economic relations of a business entity with other individuals and legal entities provides for the emergence of certain rights and obligations between them. As a result, both accounts receivable and payables may arise in the company's accounting records.

Proper organization of the company's supply and sales activities requires strict compliance with financial, settlement and payment discipline, its own payment of debts on obligations and ensuring timely receipt of funds for products sold and services rendered. Special responsibility is assigned to the accountant who keeps records of settlements with buyers and suppliers.

The construction of accounts receivable accounting should provide complete information on the status and valuation of debt claims at all times, which is possible if the accounting principles are strictly observed.

Therefore, a significant problem in accounting for accounts receivable is the timely receipt of money for goods sent to consumers in accordance with the contract, there are no guarantees. In addition, the legal status of debts is uncertain, so huge amounts of money are withdrawn from circulation, which paralyze the activities of business entities. As a result, accounts receivable significantly worsen the financial condition of the enterprise, and are an immobilization of funds, since

overdue accounts receivable for which the statute of limitations has expired are subject to attribution to the company's losses.

Bulat G. V. and Gumenyuk A. F. [1] Identify the most relevant problems in accounting for accounts receivable, namely: the problem of organizing accounting for accounts receivable and its place in accounting policy; the problem of real assessment of accounts receivable; the problem of forming and accounting for a reserve of doubtful debts; the problem of reflecting accounts receivable on accounting accounts; the problem of analyzing settlements with buyers and customers using available methods.

Scientists Popova V. D. and Kuz V. I. [3] are convinced that for effective information support of solvency management, it is necessary to identify data on repayment terms, the state of debt, and the presence of risks in the process of its collection.

The organization of accounting for settlements with suppliers and contractors should ensure: timely verification of settlements with suppliers and contractors; prevention of delinquency of accounts payable. Accounting for settlements with suppliers is an important area of accounting work, since at this stage the monetary expenses of enterprises are controlled.

The accounts payable management methodology reflects the share of the overall current asset management policy, which generally leads to optimization of the total amount of this debt and ensuring its timely collection.

Burlan S. A. and Valentova J.V. [2] notes that the process of managing accounts payable causes significant requirements for accounting and analytical personnel of the enterprise: justification of the possibility of accounts payable; determination of the policy of providing credit for various groups of suppliers and types of products; control of settlements with creditors for deferred or overdue debt and study of the reasons for non-compliance with contractual discipline; timely determination of methods for accelerating the turnover of current assets and reducing bad debts; ensuring sales conditions that guarantee cash receipts; forecast of cash receipts from creditors.

According to the research of A. P. Shot [4], non-repayment of obligations to creditors inevitably leads to the appearance of overdue and bad debts, and over time, the emergence of additional costs associated with the payment of penalties. The consequence of violation of payment discipline in the context of a financial crisis may be the bankruptcy of an enterprise. The author notes that the solution to the problem of timely settlements with creditors depends on the correct Organization of accounting at the enterprise.

A decrease in payment discipline may be the beginning of the launch of a non-payment system. Therefore, it is important to constantly monitor accounts receivable and payables, which will ensure the economic security of the enterprise.

List of sources used:

1. Bulat G. V. and Gumenyuk A. F. analysis of accounts receivable and directions for improving its management. Bulletin of Khmelnytsky National University 2020, No. 1. pp. 222-226.

2. Burlan S. A., Valentova J. V. accounting aspects of enterprise accounts payable management. Efficient economy. 2021. # 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8501> (accessed: 13.05.2022).

3. Popova V. D. Kuz V. I. improving accounting for accounts receivable in the context of forming information support for managing the solvency of a business entity. Priazovsky economic bulletin. Issue 4 (21). 2020. pp. 104-108

4. Shot A. P. improving accounting for settlements with creditors in the context of the financial crisis. Scientific Bulletin of Uzhgorod University. Economy Series. 2017. Issue 1 (49). VOL.1.PP. 370-374.

ПРОБЛЕМИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ ДОДАТКОВОГО БЛАГА

Аніщенко Г.Ю., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Останніми роками підприємства, які мають найманих працівників, здійснюють витрати на утримання персоналу, які є відмінними від оплати праці. З одного боку частина таких виплат продиктована чинним законодавством, адже власники підприємств та уповноважені ним органи зобов'язані створювати належні умови праці, поліпшувати побут працівників та забезпечувати виконання ряду заходів з охорони праці тощо. Крім того, можуть фінансувати витрати, спрямовані на поліпшення трудової дисципліни чи стимулювання продуктивності праці або ж підвищення престижності виконуваної роботи. З цією метою роботодавці здійснюють фінансування витрат на поїзд, використання у господарському процесі власного автомобільного транспорту, оплачують харчування, медичні огляди та профілактичні щеплення, купують страхові поліси за добровільним медичним та іншими видами страхування, проводять професійне навчання (стажування), винаймають житло, компенсують витрати на мобільний зв'язок, влаштовують автомати з питною водою для офісу, продають продукцію із знижкою, проводять корпоративи, виготовляють візитівки, надають подарунки у грошовій та матеріальній формах та ін. Такі виплати здійснюються як у грошовій, так і натуральній формах. Відповідно до Податкового кодексу України [3] подібні виплати ідентифікують як «додаткове благо», що виступає – об'єктом суто оподаткування доходів громадян. У контексті виключно податкового змісту даної категорії у бухгалтерському обліку виникає серйозна практична проблема обґрунтування оподаткування доходів фізичних осіб-працівників, оскільки вказані виплати здійснюються без прямої прив'язки до рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» та відображення у Розрахунково-платіжних відомостях працівника (ф. №П-6), проте такі суми необхідно показувати у Податковому розрахунку. Тому в бухгалтерському обліку

виникає проблема відсутності документальної ідентифікації «персоналізованих» виплат, що виступає базою для проведення утримань податку на доходи фізичних осіб та військового збору з конкретних працівник-платників податків, натомість є документи з обліку витрат, які виникли при нарахуванні заборгованості послуг чи вартості використаних запасів тощо. Через це виникає багато помилок, які тягнуть за собою накладання штрафних санкцій.

Вирішення питання ідентифікації та відображення у бухгалтерському обліку додаткового блага пропонується у декілька кроків, серед яких передбачено: фіксація у трудових угодах зобов'язань щодо оплати роботи чи послуг найманих працівників; модернізація законодавства з розробкою єдиного нормативного документу для регулювання порядку визнання, обліку додаткового блага; доповнення діючої структури рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» окремим субрахунком для накопичення відповідних даних.

Ключовим критерієм, за яким серед проведених виплат для поліпшення умов праці та відносин з працівниками вирізняється «додаткове благо» – це «прив'язка до обов'язку роботодавця за трудовим наймом» [2]. У випадку відсутності такої ознаки, усі проведені виплати будуть визнані додатковим благом лише у разі, якщо: їх можна персоніфікувати за конкретним працівником; кошти роботодавця спрямовуються на задоволення особистих потреб працівників, які не пов'язані з основною (виробничою) діяльністю підприємства; оплачені роботодавцем послуги є більш значимими для особистих потреб працівника, а ніж здійснюються в інтересах підприємства. У решті випадків здійснені операції можна віднести до витрат діяльності.

Крім Податкового кодексу існує численна кількість листів Державної фіскальної служби України, в яких конкретизуються особливості визнання витрат роботодавця як додаткове благо. Разом з тим єдиного алгоритму на рівні Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку не існує. Це породжує серйозну проблему для ведення бухгалтерського обліку, адже важливо чітко конкретизувати усі складові компоненти серед можливих витрат на утримання персоналу задля уникнення імовірних фінансових санкцій. Перегляду потребує списковий склад видів виплат діючої Інструкції зі статистики заробітної плати, адже серед них є такі, що мають явні ознаки додаткового блага.

В якості первинного оформлення господарських операцій, що призводять до виникнення в обліку та оподаткування додаткового блага, необхідно спиратись на розпорядчу документацію керівника (накази) та належно оформляти бухгалтерськими довідками нараховані доходи і розрахунки утриманих податків і зборів. У системі рахунків бухгалтерського обліку даний об'єкт належить до розрахунків з конкретними працівниками, а тому у складі рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» доцільно передбачити окремий субрахунок «Розрахунки з працівниками за отриманим додатковим благом» транзитного характеру, через який за кредитом

проводитиметься нарахування сум отриманого блага та одночасним віднесення у повній сумі за дебетом вартості послуг сторонніх організацій, які надавали послуги на користь та в інтересах працівників; скоригована вартість відповідних активів при їх видачі чи наданні знижок за умов їх продажу працівникам, проведенні компенсаційних виплат.

Таким чином, при фінансуванні заходів з утримання трудових ресурсів роботодавці повинні звертати увагу на витрати, які можуть бути ідентифіковані як додаткове благо. Розробка та затвердження єдиного нормативного документу про визнання, класифікацію та облік витрат на утримання персоналу з числа доходів працівників як «додаткове благо» дозволить бухгалтерам правильно розраховувати суми нарахованих та сплачених податків, зборів і внесків, а також уникнути можливих санкцій з боку податкових органів. Врахування вказаних пропозицій до облікової практики дозволить якісно поліпшити обліково-податковий процес розрахунків за виплатами працівникам у частині коректного оподаткування доходів та одночасної синхронізації фінансового та податкового обліку.

Список використаних джерел:

1. Мойсеєнко Т. Отримано додаткове благо: обчислюємо ПДФО, ЄСВ та військовий збір. Бухгалтер&Закон. URL: https://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ006869 (дата звернення: 04.05.2022).
2. Онищенко В. Додаткове благо 2021. Головбух. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7595-dodatkove-bлаго> (дата звернення: 04.05.2022).
3. Податковий кодекс: закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. Дата оновлення: 21.04.2022 р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 28.04.2022).

ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Поліщук О.М., к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

Одним із напрямів піднесення економіки сільського господарства є удосконалення обліково-інформаційного забезпечення управління суб'єктами господарювання. Управлінням називається цілеспрямований вплив на процес, об'єкт, систему з метою збереження їх стійкості або переведення з одного стану в інший. Фінансовий облік як визначальна складова національної облікової системи виступає основою управління господарством. Розвиток фінансового обліку в агропромисловому виробництві зумовлює необхідність забезпечення єдності методів обчислення системи фінансових показників і належне інформаційне відображення шляхом технічної, технологічної, організаційно-управлінської й економічної його єдності.

Однією з основних причин не сформованості цілісної системи управління фінансовою політикою підприємства можна виділити

недосконале законодавство. Система законодавчого регламентування бухгалтерського обліку охоплює законодавчі та нормативно-правові акти, що регулюють організацію і ведення бухгалтерського обліку підприємствами, установами й організаціями, встановлюють порядок формування ними інформації у бухгалтерському обліку і наведення її у фінансовій звітності, а також визначають компетенцію державних органів у цій сфері. Дана система формується з актів декількох рівнів юридичної сили, які перебувають у певній ієрархічній підпорядкованості.

Функціонування господарств сільськогосподарської галузі в сучасних умовах, вимагає нових підходів до більш чіткого уточнення місця, ролі та управління підприємством як суб'єктом ринкових взаємовідносин, оскільки воно нерозривно пов'язано з постійними змінами як у зовнішньому так і внутрішньому середовищі його діяльності. Весь процес господарювання агроформувань спрямовано на досягнення конкретних цілей та завдань, які дозволяють їм забезпечити досить високоефективну фінансово-господарську діяльність та утримання своїх позицій на ринку в умовах жорсткої конкуренції.

У ролі інформаційного забезпечення реалізації фінансової політики виступає інформація, яка стає визначальним чинником виробництва, без урахування якого нівелюються будь-які перспективи економічного зростання. Водночас в міру розвитку економічних відносин реалізація інформаційної функції значно ускладнюється. Інформація як продукт бухгалтерського обліку сьогодні повинна чітко відображати більш складні, глобальні та швидко змінювані економічні процеси, при цьому надавати керівництву можливість правильно реагувати на виклики економічного простору.

Отже, рівень ефективності обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовою стабільністю господарства в більшій мірі залежить від своєчасного осмислення управлінським персоналом важливості організації злагодженої та послідовної роботи обліково-аналітичної системи й своєчасного обліку, аналізу та комплексної взаємодії всіх видів інформації (нормативно-правова, облікова, фінансово-аналітична, тощо), галузевих особливостей і чинників, що беруть участь у розвиванні та впровадженні управлінських рішень на всіх рівнях управління.

Список використаних джерел:

1. Чепка В.В., Матяш О.К. Фінансова стійкість підприємства: сутність та фактори впливу. Економіка і суспільство. Випуск № 12. 2017. С. 649-655.
2. Беялов Т. Е., Олійник А.В. Фінансова стійкість підприємства та шляхи її зміцнення. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». № 12(22). 2 т. 2016. С. 22-26.
3. Брохун Н.С., Новіченко Л.С. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством: теоретичне осмислення економічного змісту. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. Випуск 2 (50). 2017. С.299-304.

МОЖЛИВОСТІ CRM-СИСТЕМИ ДЛЯ БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Матрос О.М., к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

Оптимізація роботи в бізнес-середовищі передбачає застосування сучасних технологій. ІТ-спеціалісти постійно вдосконалюють програмне забезпечення для ефективного вирішення основних завдань бізнесу, прискорення процесів документообігу, ефективного управління підприємством. Хмарні CRM, коробкові і конструкторські технології стають все більш популярні серед підприємців як в малому, так і у великому бізнесі.

Дослідження питань запровадження системи CRM як на міжнародному, так і українському ринку, проблем, які виникають в даній сфері присвячено праці як зарубіжних так і українських науковців. Серед них: Гордієнко Д.О. [1], Козуб М. [2], Кошелєв М., Бурак Н. [3], Марцінковська О. [4], Птащенко О.В. [5], Шпортько Г., Вишневська М. [6], Trainor, J. Andzulis, A. Rapp [7] та інші.

CRM-система - це програмне забезпечення, яке дозволяє автоматизувати і полегшити бізнес-процеси. Сама аббревіатура CRM - скорочення від Customer Relationship Management, що в перекладі - «управління взаємовідносинами з клієнтами».

Ринок CRM з кожним роком зростає і вдосконалюється, а самі системи намагаються встановлювати всі компанії: від маленьких, де 2-5 співробітників, до великих. Звичайно, самі платформи і їх функціональність відрізняються. Але незмінна основа - база клієнтів.

Зберігати інформацію про клієнтів, замовленнях або угодах можна на папірцях, в спеціальному блокноті або Excel і Google таблицях. З останніми навіть можна трохи структурувати роботу і аналізувати дані. Наприклад, зробити вибірку замовників по середньому чеку, статусу виконання або оплати і так далі. Співробітники ведуть файл, доповнюючи його в міру нових операцій та подій. Але, навіть, якщо в компанії маленька кількість співробітників, неможливо уникнути ситуацій, коли хтось помилився, забув або не вважав за потрібне внести інформацію. Буває і так, що база клієнтів може бути скопійована і виведена разом зі звільненням співробітника. Або файл з якоїсь причини пошкодився і немає можливості відновити.

Функціонал CRM-систем, які сьогодні існують на ринку відрізняється. Прості варіанти допоможуть організувати клієнтську базу з соціальних мереж і зберігати основну інформацію. Більш досконалі - можуть інтегруватися з телефонією, складськими або бухгалтерськими системами, електронною поштою, месенджерами та іншим. При цьому робота зводиться до рамок одного вікна в браузері.

Основні завдання складних CRM-систем в сфері соціальних медіа:

- об'єднують клієнтів і дані про них в єдину базу;

- дозволяють збільшувати обсяг продажів, наприклад, за допомогою супутніх товарів;
- фіксують всі дії про угоди, транзакції, телефонні дзвінки та іншу взаємодію з клієнтом;
- дозволяють сегментувати клієнтів за потрібними ознаками;
- автоматизують документообіг і скорочують час на виписку рахунків, накладних тощо;
- обробляють заявки, що надходять, перенаправляючи їх конкретному менеджеру;
- контролюють терміни виконання завдань;
- дозволяють аналізувати завантаженість співробітників, обсяги продажів, кількість замовлень / угод та інших даних;
- показують відповідального за виконання завдання, хто і коли працював з клієнтом / замовником;
- дозволяють зробити sms і email-розсилку;
- відстежують поведінку клієнта на сайті, наприклад, які товари клієнт дивився або відклав у кошик інтернет-магазину, але не оплатив.

Складні і прості CRM програми опрацьовують різний обсяг інформації, але важливою основою обох систем є база клієнтів. Впровадження CRM дає більше можливостей, ніж ведення обліку в Google-Таблицях і Excel.

Використання CRM у соціальних медіа, як правило, є найефективнішим каналом, щоб допомогти компаніям виділитися з-поміж своїх конкурентів, оскільки це дає можливість більш точно й ефективно доносити маркетингові повідомлення в цій цільовій групі клієнтів; і це дозволяє їм покращувати задоволеність клієнтів краще, ніж конкурентам, які не використовують CRM.

Список використаних джерел:

1. Гордієнко Д.О. Особливості впровадження CRM-систем у діяльність підприємств // Облік, аналіз, аудит та оподаткування: сучасні концепції розвитку [Електронний ресурс]: Зб. матеріалів VII Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції; 11 травня 2021 р. К.: КНЕУ, 2021. С. 446-448. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Economic_Department/ZBIRNUK%20KONFER%2031%2005%2021/ZbD196rnik_tez_21-5672.pdf#page=447.
2. Козуб М. Впровадження системи маркетингу взаємовідносин на основі CRM //ББК 65.290-2 я 43. 2021. С. 216. URL: <http://www.vtei.com.ua/doc/2021/26102021/1.pdf#page=216>.
3. Кошелєв М., Бурак Н. Огляд особливостей сучасної CRM системи Salesforce: дис. – Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, 2021. URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/9278/1/Kosheliev.pdf>.
4. Марцінковська О. Організаційні аспекти впровадження CRM-систем у діяльність підприємства / О. Марцінковська, О. Легкий // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2018. Вип. 23. С. 81-85. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rarpsu_2018_23_18.

5. Птащенко О.В. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем / О.В. Птащенко, Є.Д. Мірошникова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2016. № 6. С. 108-115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSUNU_2016_6_21.

6. Шпортько Г., Вишневська М. Критерії вибору CRM-системи // Трансформація податкової та обліково-аналітичної систем в контексті сучасних кризових явищ: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці (Україна, 20 травня 2021 р.–Чернівці: Технодрук, 2021.–379 с. – 2021.

7. K.J. Trainor, J. Andzulis, A. Rapp, R. Agnihotri Social media technology usage and customer relationship performance: A capabilities-based examination of social CRM Journal of Business Research, 67 (6) (2014), pp. 1201-1208.

СУЧАСНІ НАРАТИВИ ОЦІНКИ В ОБЛІКУ

Кучеренко Т.Є., доктор економічних наук
Уманський національний університет садівництва

В історичному аспекті оцінка як певна система технічних дій щодо встановлення вартості засобів і пов'язаних із ними зобов'язань знаходила своє відображення і розвиток як економічна категорія одночасно із тенденціями змін відповідних юридичних і економічних підходів до вказаних показників обліку і звітності. Пріоритет економічного змісту над юридичною формою господарських засобів сприяла їх відображенню в обліку, а відповідно і оцінці як ресурсів, здатних приносити підприємству в тій чи іншій формі економічні вигоди.

На початку ХХ ст. відомий німецький вчений І. Ф. Шерр відмічав, що проблема оцінки є однією з найважливіших і найскладніших проблем всієї балансової справи [5, с. 474].

Австралійські дослідники М. Метьюс та М. Перера вважають, що оцінка є важливою, оскільки бухгалтерські звіти повинні, *inter alia*, надавати кількісну інформацію про фінансовий стан господарюючого суб'єкта на визначену дату, і величина активів в цьому випадку є визначальним фактором [4, с. 270].

Основоположники економічного напрямку визнання активів такі як Дж.Л. Кріппа, Ф. Беста, Р.П. Коффі відмічали, що оцінка за поточними ринковими цінами має бути домінуючою в системі бухгалтерського обліку і звітності [2, с. 86].

Представники французької школи такі як Е.П. Леоте, А. Гільбо пропонували всі цінності оцінювати тільки за собівартістю [2].

В теорії бухгалтерського обліку оцінка розглядається як елемент методу, генезис теорії і практики якого знаходить своє відображення у наукових

працях і трактатах відомих вчених-економістів, окремих наукових шкіл, певні наукові положення яких знайшли своє практичне втілення у міжнародних стандартах фінансової звітності та національних стандартах бухгалтерського обліку.

В процесі розвитку теорії і практики системи бухгалтерського обліку і звітності були розроблені чисельні концепції бухгалтерської оцінки, призначенням яких є надання користувачам інформації про результативність окремих процесів використання капіталу

Сучасні дослідження науковців української школи щодо оцінки в бухгалтерському обліку і звітності (С.Ф. Голов, В.М. Жук, Л.Г. Ловінська, Н.М. Малюга) набувають нового осмислення і трактування у відповідності до нових реалій визнання активів і зобов'язань, як основоположних елементів визначення фінансового стану, фінансових результатів та інших показників діяльності суб'єкта господарювання на ринку капіталу.

Так, Малюга Н. М. встановила, що: «Оцінка – це процес усвідомлення позитивної чи негативної значимості будь-яких господарських явищ, результатів праці, форм виробничо-трудової діяльності, матеріальних вчинків, здобутків господарювання для задоволення людських потреб, інтересів, цілей суб'єкта» [3].

Ловінська Л. Г. вважає, що «Оцінка – це складова методу бухгалтерського обліку, за допомогою якої здійснюється вимірювання вартості об'єктів бухгалтерського обліку, створення якісних характеристик обліково-економічної інформації та інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану підприємства й ефективності його менеджменту [1].

Наведені визначення поняття «оцінка» в бухгалтерському обліку не лише характеризують його як елемент методу, але і як показник результативності господарських процесів, що знаходять своє відображення у фінансовій та інших видах звітності.

Оцінка як елемент методу бухгалтерського обліку в сучасних умовах знайшла своє відображення у визначенні та практичній реалізації таких її видів: первісна вартість, собівартість, справедлива вартість, теперішня вартість, ліквідаційна вартість тощо. Теоретичний прояв цих видів оцінки відображені у різноманітних балансових теоріях та спрямовані на встановлення фінансового стану суб'єкта в залежності від потреб потенційних користувачів.

Узагальнений прояв оцінки як результативності господарських процесів знаходить своє відображення у окремих формах фінансової, управлінської, стратегічної звітності. Так, узагальнена оцінка результативності даних балансу характеризує фінансовий стан суб'єкта економіки на ринку капіталу, вартість активів і зобов'язань, суму власного капіталу. Оцінка результативності фінансових результатів, руху грошових коштів спрямована на встановлення їх показників за видами діяльності: операційна, інвестиційна, фінансова. Крім того, показники цих форм фінансової звітності в певній мірі доповнюють і контролюють одна одну. Аналогічна оцінка

результативності інших форм звітності. Проблеми оцінки в системі бухгалтерського обліку як результативності активів, зобов'язань, господарських процесів в різних аспектах їх прояву в залежності від сучасних потреб потенційних користувачів потребують їх деталізації і теоретичного обґрунтування з наступним практичним втіленням.

Список використаних джерел

1. Ловінська Л. Г. Оцінка в бухгалтерському обліку : монографія. Київ : КНЕУ, 2006. 256 с.
2. Лучко М. Р., Остап'юк М.Я. Історія обліку: світ та Україна, погляд крізь роки. Тернопіль: Зорепад, 1998. 151 с.
3. Малюга Н. М. Шляхи удосконалення оцінки в бухгалтерському обліку : теорія, практика, перспективи : монографія. Житомир, 2007. 384 с.
4. Мэтьюс М. Р., Перера М.Х.Б. Теория бухгалтерского учета : учебник; [пер. с англ. под ред. Я. В. Соколова, И. А. Смирновой]. М. : Аудит, ЮНИТИ, 1999. 663 с.
5. Шерр И. Ф. Бухгалтерия и баланс. [3-е издание]. [перевод с 5-го немецкого издания С. И. Цедербаума. Редакция, дополнения и примечания проф. Н. С. Лунского]. М. : Экономическая жизнь, 1925. 579 с.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Крочак О.І., к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

Облікова політика належить до одного з найважливіших складових механізму фінансового обліку підприємства, за допомогою якого здійснюється вплив на його управлінські рішення. Тому, основою на якій ґрунтується організація бухгалтерського обліку будь – якого суб'єкта господарювання і є його облікова політика. Вона має важливе значення для пояснення змісту фінансової звітності, оскільки забезпечує створення інформації про загальний фінансовий стан підприємства, результати його діяльності та рух грошових коштів. Вірно і вдало сформована облікова політика може ефективно поєднати особисте бачення ведення бухгалтерського обліку власників підприємства та державне регулювання.

Відобразитись облікова політика може в наказі або положенні підприємства. Він є першим і основним документом, що регламентує порядок ведення бухгалтерського обліку.

Типової форми наказу про облікову політику не передбачено законодавством України. Всі суб'єкти господарювання самостійно обирають методи та принципи, які будуть використовувати. При цьому враховується специфіка власної діяльності з дотриманням загальноприйнятих правил діловодства. Деякі складові елементи облікової політики підприємство встановлює самостійно, тому цю інформацію також потрібно відобразити

у наказі. Але відповідними П(С)БО чітко визначені ряд складових. Тому, для запобігання помилок та зловживань під час ведення обліку, контролюючими органами проводиться перевірка достовірності та правильності ведення облікової політики. Крім того законодавством України передбачено відповідальність за ігнорування наказу про облікову політику.

Згідно ст. 8 ч. 5 Закону України № 996 обов'язок формування облікової політики законодавство покладено на кожне підприємство [1]. Створювати її мають абсолютно всі підприємства, навіть суб'єкти малого підприємництва, хоча вони і можуть подавати скорочену форму фінансової звітності. Облікова політика формується підприємством не на якийсь конкретний термін, а на тривалий строк його діяльності. Тому, немає потреби щорічно затверджувати наказ про облікову політику підприємства, його можна лише доповнювати змінами, які виникли у процесі господарської діяльності.

Використання з року в рік затвердженої облікової політики дозволяє забезпечити порівнянність фінансової інформації, а її користувачам зробити оцінку майновому стану підприємства, аналіз результатів його діяльності та руху грошових коштів за різні звітні періоди. Правильний її вибір політики забезпечить не лише складання об'єктивної та достовірної фінансової звітності, але і може значно вплинути на оподаткування підприємства.

Обрану облікову політику у фінансовій звітності розкривають шляхом опису принципів оцінки статей звітності, методів обліку щодо [2].

Визначення облікової політики потребує від виконавців знання нормативно - правових документів, що регулюють організацію бухгалтерського обліку та звітності, опанування специфічних технологічних особливостей діяльності підприємства, для якого вона розробляється.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996 / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ від 7 лютого 2013 р. № 73 (зі змінами і доповненнями). База даних Законодавство України / ВР України. URL: <http://buhgalter911.com>.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ МАШИННО – ТРАКТОРНОГО ПАРКУ

Мельниченко М.В., головний судовий експерт відділу АТДКДТЗ сектору АТД

Аксьонов В.В., директор відділу АТДКДТЗ

Халявка В.В., завідувач відділу АТДКДТЗ

Черкаський НДЕКЦ МВС

Необхідність удосконалення механізму управління витратами сільськогосподарських товаровиробників в цілому і машинно – тракторного парку зокрема, обумовлена глобалізацією, інтеграцією, інформатизацією економічних відносин; посиленням конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції; підвищенням вимог до аналітичної інформації; підвищенням цін на ресурси та їх обмеженістю та інше.

Основою для проведення аналітичних розрахунків щодо управління витратами машинно - тракторного парку сільськогосподарського підприємства є його достовірне обліково – аналітичне забезпечення. Воно включає систему науково опрацьованих, структурованих відомостей про факти господарського життя.

Трактори, комбайни та різна сільськогосподарська техніка належать до основних засобів суб'єктів господарювання по яких нараховується амортизація. Цю амортизацію відносять на собівартість послуг машинно – тракторного парку та витрати виробництва продукції підприємства. Тому слід дослідити, як можна організувати обліково – аналітичне управління основними засобами даного допоміжного виробництва сільськогосподарського підприємства.

Механізм формування інформаційного забезпечення управління основними засобами машинно – тракторного парку повинен охоплювати облікову та аналітичну системи, в межах яких генерується економічна інформація про витрати даного підрозділу підприємства для прийняття управлінських рішень, спрямованих на ефективне використання механізованих засобів виробництва [1].

Розробка механізму формування інформаційного забезпечення управління буде сприяти формуванню достовірної та своєчасної інформації щодо стану та ефективності використання сільськогосподарської техніки у підприємствах через чіткий розподіл функціональних обов'язків між його структурними підрозділами та його працівниками. Це дозволить забезпечити оперативність та дієвість прийнятих управлінських рішень. Лише за такої ситуації можна буде забезпечити достатній рівень прибутковості та рентабельності капіталу суб'єктів господарювання, реалізовувати стратегічну мету їх діяльності, а також бути конкурентоспроможним на ринкову готової сільськогосподарської продукції.

Аналіз використання сільськогосподарської техніки займає важливе місце у пошуку шляхів підвищення ефективності основного виробництва аграрних товаровиробників. Всякий економічний аналіз проводиться за допомогою специфічних методів та прийомів досліджень.

Рациональне використання сільськогосподарської техніки у процесі виробничої діяльності дозволяє значно скоротити строки проведення різних сільськогосподарських робіт, збільшити обсяги виробництва продукції та зменшити її собівартість. Ефективність використання сільськогосподарської техніки залежить від багатьох умов і факторів виробництва. Зокрема, підвищення екстенсивного завантаження техніки, матеріального та морального стимулювання праці механізаторів, підвищення інтенсивного завантаження техніки.

Список використаних джерел:

1. Покинйчереда В. В. Обліково-аналітичне забезпечення управління основними засобами підприємства. // Інвестиції: практика та досвід: міжн. наук. - виробн. журн., 2018. №17. С.5 - 11.

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ АУДИТУ: ОСНОВА МСА

Іванова Н.А., к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування
Уманський національний університет садівництва

Серед низки проблем розвитку аудиторської діяльності в Україні чільне місце займає питання нормативно-правового регулювання організації якісного проведення аудиту.

Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [1] визначає: «міжнародні стандарти аудиту – сукупність професійних стандартів, що встановлюють правила надання аудиторських послуг і розкривають питання етики та контролю якості, які визначені міжнародними стандартами контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг, що прийняті Радою з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості, а також Міжнародним кодексом етики, прийнятим Радою з міжнародних стандартів етики для бухгалтерів та оприлюдненим Міжнародною федерацією бухгалтерів...»

Стандарти аудиту відіграють важливу роль у формуванні єдиних основних вимог до його якості, надійності та забезпечення належного рівня впевненості щодо результатів аудиту відповідно до них.

Якість аудиту є основою роботи Ради з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості як головного органу з розробки і впровадження стандартів аудиту. Якісний аудит приносить користь всім зацікавленим користувачам фінансової звітності, зокрема інвесторам, які використовують фінансову звітність та аудиторський звіт як підґрунтя для прийняття оптимальних інвестиційних рішень.

У рамках своїх зусиль, спрямованих на покращення якості аудиту, Рада з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості планує отримувати інформацію з питань, пов'язаних із професійним скептицизмом, контролем якості та груповим аудитом. З метою задоволення потреб широкого кола зацікавлених сторін, Рада покликана підтримувати Міжнародні стандарти аудиту, зміст яких відповідає цілям її діяльності та допомагають досягти найкращого балансу, по-перше, як заохоченням аудиту, який вимагає інтенсивного процесу мислення, по-друге, як підтримкою підходу, заснованого на принципах, таким чином, щоб стандарти й надалі були придатними для використання в різноманітних обставинах.

Рада з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості визначила основні питання, що становлять суспільний інтерес і на які будуть направлені зусилля її діяльності, а саме:

- ✓ підтримка відповідним чином незалежного та сумнівного скептичного ставлення аудитора;
- ✓ розширена документація аудиторських думок;
- ✓ підтримання цільової придатності МСА;
- ✓ сприяння активному управлінню якістю на рівні компанії та на рівні зобов'язань;
- ✓ дослідження прозорості та її ролі в якості аудиту;
- ✓ більша зосередженість на компаніях й їх діяльності з внутрішнього та зовнішнього моніторингу;
- ✓ підкреслення необхідності надійного зв'язку та взаємодії під час проведення аудиту.

Рада закликає до покращення якості аудиту суспільних інтересів і акцентує увагу на професійному скептицизмі, контролі якості та групових аудитах, визначає сукупність питань і проблем, а також можливих дій з метою розробки та впровадження нових стандартів.

Варто також зауважити, що окрім міжнародних стандартів розрізняють ще і внутрішньофірмові стандарти. Аудиторські організації й індивідуальні аудитори ґрунтуючись на міжнародних стандартах розробляють свій фірмовий підхід до виконання різних дій аудитора, що закріплюються у власних правилах (стандартах) аудиту, які мають бути узгоджені із міжнародними стандартами аудиторської діяльності.

Список використаних джерел

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19>

INCREASING RELIABILITY, IMPROVING THE TECHNICAL LEVEL, QUALITY AND EFFICIENCY OF THE CREATED AND MANUFACTURED EQUIPMENT

Tkachenko Serhii Anatoliiovych, Doctor of Economic Sciences, Professor, Academician of the Academy of Technical Sciences of Ukraine, Academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine, Rector of the International Technological University «Mykolayiv Polytechnics», Mykolayiv, Mykolaiv region, Ukraine

Potyshniak Olena Mykolaivna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Organization of Production, Business and Management, State Biotechnology University, Kharkov, Kharkov region, Ukraine

Poliakova Yevheniia, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Vice-rector for scientific-pedagogical work (educational process) of the International Technological University «Mykolayiv Polytechnics», Mykolayiv, Mykolaiv region, Ukraine

Tkachenko V'yacheslav, Lecturer of the International Technological University «Mykolayiv Polytechnics», Mykolayiv, Mykolaiv region, Ukraine

Reliability is one of the most important indicators of product quality (of a given type of equipment, product or its components). This is the ability to perform the specified functions without fail in specific operating conditions for a certain period of time. Taking into account the specific features of the product (product), in each case, specific indicators characterizing reliability are selected for analysis. The most common indicator of the reliability of most types of equipment is the coefficient of reliability. In some cases, this indicator is called the availability factor, the operational efficiency factor or the coefficient of technical use of the machine, instrument, equipment. The reliability coefficient is determined by the ratio of the total time of useful trouble-free operation of a given design for a certain period (for a year, for the entire service life) to the total fund of time for using this equipment, which also includes downtime associated with finding and eliminating the causes of failures, carrying out the necessary preventive maintenance, planned preventive repairs, adjustments, adjustments, and so on (with the exception of downtime that does not depend on the design, that is, for organizational reasons – lack of energy, workers, materials, etc.).

If, for example, the pump worked flawlessly for 5600 hours during the year, downtime associated with failure in operation, preventive maintenance and repair amounted to 1400 hours, then the reliability coefficient will be equal to 0.8, that is, $5600 : (5600 + 1400)$.

The reliability factor is also determined when assessing the probability of failure-free operation of one individual unit (part) or several elements of the design method operating under certain operating conditions and in a given time interval. By multiplying the reliability coefficients of individual components, assemblies included in the product itself, it is possible to determine the overall reliability of

the structure (regulation system). The overall coefficient of reliability of the elements of the method included in the design is always lower than the reliability of its weakest element of the method. For example, if the reliability coefficients of individual components, machine units are equal to 0.8, 0.7 and 0.4, then the overall reliability of this control system will be $0.8 \times 0.7 \times 0.4 = 0.224$.

Ensuring high reliability of equipment is of great national economic importance, since it helps to save operating costs, reduce maintenance personnel, increase useful work time and, due to this, increase the volume of products (work) produced. At the same time, increasing the reliability of products, especially equipment, is inextricably linked with the improvement of working conditions and work safety.

Modern processes have set great tasks for machine builders to increase reliability, improve the technical level, quality and efficiency of the created and manufactured equipment. Carrying out a broad system of measures will make it possible in the next cycle of economic development to significantly increase the reliability and service life of metal-cutting machine tools, forging and pressing machines, foundry and woodworking equipment. The strategy (plan), in particular, provides for increasing the reliability and durability of manufactured equipment by an average of 25-35 %.

ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАСАД ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Тупчий О.С., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Використовуючи загальну методологію менеджменту як науки про управління, представляється можливим запропонувати концепцію економічного управління підприємства та розкрити зміст її базових елементів.

Підприємство – це складна соціально-економічна система, у складі якої сучасна економічна наука виокремлює різні підсистеми (виробничу, організаційну, соціальну, маркетингову, логістичну тощо), кожна з яких має відокремлений перелік об'єктів, потребує специфічного управлінського впливу на кожен з них з метою досягнення специфічних цілей та завдань.

Як наслідок, самостійного визнання та розвитку набули окремі види спеціального управління: виробничий, організаційний, соціальний, фінансовий, інвестиційний, логістичний тощо. На всіх етапах розвитку світової та національної економіки інтерес до розробки теорії та практичного інструментарію різних видів спеціального управління був та є неоднаковим, що є причиною відсутності синхронності формування їх теоретико-методологічних засад та сприйняття практикуючими фахівцями їх базових положень.

Наразі необхідною умовою гармонізації управлінських цілей та підпорядкування їх загальній меті є виокремлення інтегруючого та координуючого виду управління. Таким видом пропонується визнати економічне управління підприємством.

Як свого часу концепція контролінгу виникла та отримала інтенсивний поштовх для розвитку з необхідності забезпечення координації окремих функцій управління в єдину систему, так і економічне управління як інтегруючий вид управління повинно забезпечити координацію цілей, завдань, інструментарію різних видів спеціального управління для забезпечення на цій основі комплексності та системності управлінських впливів.

Головним призначенням економічного управління підприємства є забезпечення координації, взаємоузгодження та загальної спрямованості усіх цих видів діяльності, гармонізація усього спектру економічних відносин, що формуються в процесі здійснення цієї діяльності як у межах підприємства, так і з агентами зовнішнього середовища.

Економічні результати діяльності мають розглядатися не тільки як обсягові характеристики, а й як фінансові результати – обсяг прибутку або збитку, який формується внаслідок здійснення відповідного виду діяльності.

Метою економічного управління відповідно до теорії зацікавлених осіб (stakeholders), яка на сьогодні загальновизнана в світі, є забезпечення максимізації (зростання) цінності підприємства для усіх груп стейкхолдерів, тобто покупців, персоналу, суспільства та власників підприємства. Таке цілевизначення економічного управління сприяє загальній переорієнтації системи менеджменту виробничо-орієнтованого (максимальне використання можливостей виробничої системи) та фінансово-орієнтованого підходів (максимізація прибутку в коротко-та довгостроковій перспективі) на ціннісно-орієнтований. В основі цього сучасного підходу лежить прагнення врахувати в процесі управління економічною діяльністю інтереси усіх зацікавлених осіб (груп стейкхолдерів).

Функціями економічного управління є цілеспрямований вплив на визначені об'єкти управлінських зусиль. Це уможливорює визначити в якості основних такі функції економічного управління підприємством:

1) управління результатами економічної діяльності, у т. ч. у розрізі видів операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, які здійснює підприємство;

2) управління економічними ресурсами (у т. ч. матеріальними, фінансовими, трудовими, нематеріальними), що створює передумови для управління економічним потенціалом підприємства (формування та реалізація);

3) управління інтегральними характеристиками стану підприємства, у т. ч. конкурентоспроможністю, економічним станом (у т. ч. діловою активністю, ефективністю, ліквідністю, платоспроможністю), економічною рівновагою, безпекою, стійкістю та життєздатністю підприємства.

Цілеспрямований вплив суб'єкта економічного управління на визначені об'єкти досягається переважно з використанням економічних методів управління. До їх переліку доречно віднести: управлінський облік, моніторинг, економічний аналіз і діагностування; прогнозування, планування; економічне стимулювання; контроль.

У процесі здійснення економічного управління можуть використовуватися різноманітні інструменти управління, які поєднують окремі функції менеджменту та методи впливу на визначені об'єкти.

Базовою технологією економічного управління, яка забезпечує реалізацію його координуючої ролі, підвищує результативність використання окремих методів економічного управління, формуючи ефект синергії, є бюджетування, або бюджетне управління підприємством.

Термін «бюджетне управління» набув поширення в сучасній літературі з контролінгу та визначається як управління діяльністю підрозділів підприємства (центрів фінансової відповідальності) за допомогою бюджетів для досягнення встановлених цільових параметрів діяльності.

Бюджетне управління визнається основним інструментом фінансового планування та контролінгу, економічним методом забезпечення досягнення цілей діяльності.

Цілком коректно і логічно визнати бюджетне управління базовою технологією економічного управління, оскільки постає об'єктивна необхідність координації як функцій економічного управління – обліку, аналізу, планування, регулювання, мотивування, організації, контролю щодо різних об'єктів управлінського впливу, – так і діяльності різних підрозділів підприємства для досягнення стратегічної мети підприємства: зростання цінності та підтримки життєздатності.

Активний розвиток цього інструменту в останні десятиріччя показав величезний потенціал його результативності, хоча існують і скептичні оцінки доцільності його використання, які обумовили виникнення концепції «безбюджетного управління». Незважаючи на назву, ця концепція не відмовляється від управління за допомогою бюджетів, а тільки акцентує увагу на необхідності системного удосконалення технології їх розробки.

Хоча дискусія щодо найбільш раціональної моделі організації бюджетного управління триває, в сучасних умовах розвитку підприємств України є доцільним визнати координуючу роль бюджетного управління у процесі реалізації цілей і завдань економічного управління підприємством. Обґрунтовані складові елементи системи економічного управління забезпечують практичну реалізацію концептуальних положень інституційного підходу та похідних теорій у діяльності конкретного підприємства.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вороніна М.В., здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Волошенко С.В., асистент

кафедри фінансів, обліку та банківської справи

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

м. Полтава

Бухгалтерський облік є невід'ємною частиною життєдіяльності господарюючих суб'єктів в усьому світі. Бухгалтерському обліку властива така ознака як поєднання податкового та фінансового обліку.

Основними напрямками розвитку бухгалтерського обліку на сучасному етапі є:

- удосконалення оперативного обліку за допомогою комп'ютерних інновацій;

- податковий та бухгалтерський облік утворюють одне ціле;

- вивчення історії бухгалтерії та її категорій;

- краще знання облікової теорії з використанням наукових досліджень різноманітних шкіл обліку.

В свою чергу, організація бухгалтерського обліку – сукупність певних дій та складників організації облікового процесу, що ставить на меті одержання швидкої та правдивої інформації, щодо виробничих ресурсів, господарської діяльності підприємства.

Крім того, бухгалтерський облік на підприємстві здійснюється протягом усього часу: починаючи з моменту започаткування до моменту припинення існування підприємства. Грошова одиниця України виступає єдиною валютою проведення бухгалтерського обліку

Безпосередньо керівник або власник підприємства є відповідальним щодо організації бухгалтерського обліку за чинним законодавством та установчими документами.

Головною метою обліку являється покращення та організація опрацювання інформації. Також наукова організація праці та надавання кожному співробітнику окремого завдання.

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» упорядковує ведення та організацію бухгалтерського обліку в нашій країні.

Основи бухгалтерського обліку:

- 1) самостійність підприємства, тобто вільний вибір форм обліку, впровадження різних форм обрахунку, виконання контролю над операціями; формулювання облікової політики;

- 2) виконання керівником його зобов'язань: організація відповідних умов для управління бухгалтерського обліку, контроль документації підприємства;

3) безупинність ведення бухгалтерського обліку з дня заснування до занепаду фірми;

4) додержання основ бухгалтерського обрахунку та підготовка фінансової звітності безпосередньо головним бухгалтером;

5) ліквідацією підприємства та веденням обліку господарських операцій займається ліквідаційна комісія.

Алгоритмічний процес бухгалтерського обліку охоплює 3 етапи:

1. Заснування суб'єкта господарювання - укладання протоколу зборів, що окреслює особу відповідальну за ведення обліку на фірмі.

2. Організація бухгалтерського обліку – до цього етапу входять три взаємопов'язані напрями: методичний, організаційний, технологічний;

3. Поліпшення системи обрахунку – даний етап допомагає ефективно підтримувати життєдіяльність підприємства та забезпечує продуктивність ведення бухгалтерського обліку.

Підсумовуючи все вищесказане, можна сказати, що бухгалтерський облік є основним інструментом, за допомогою якого всі галузі апарату управління інформуються про стан об'єкту управління.

Безумовно, бухгалтерський облік реалізується майже всюди: в організаціях, установах (виробничої та невиробничої можна сфери), на підприємствах і виконує контроль за їхньою діяльністю.

Список використаних джерел:

1. Грабова Н.М. Теорія бухгалтерського обліку: Навч. посіб. / За ред. М.В. Кужельного. - К.: АСК, 2001. - 272 с.

2. Сопко В.В., Завгородній В.П. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: Підручник. - К.: КНЕУ, 2000.

3. Партин Г.О. Бухгалтерський облік: основи теорії і практики: Навч. посіб. - К.: Т-во "Знання", КОО, 2000. - 245 с.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Нестерчук Ю.О., д.е.н., професор

Соколюк С.Ю., доктор економічних наук, доцент

Уманський національний університет садівництва

Інноваційні процеси в аграрному секторі зумовлені інституційно та включають послідовність дій від виникнення наукових ідей, накопичення знань і пропозиції до виробництва та комерціалізації інноваційної продукції на вітчизняних ринках збуту. Тому успішний гармонійний розвиток підприємств аграрного сектору залежить значною мірою від рівня їх інноваційної активності.

Зростаюча внутрішня та зовнішня конкуренція підвищують значення нововведень та змін у процесі виробничо-господарської діяльності підприємств аграрного сектору, втілення яких у нові технології забезпечує

необхідний рівень економічної стійкості відповідних господарюючих суб'єктів. Широке впровадження інновацій в усіх напрямках діяльності підприємств аграрного сектору забезпечує їх успішне функціонування і надає конкурентні переваги на довготривалу перспективу. Стратегічна спрямованість на здійснення інноваційних зрушень в аграрному секторі свідчить про завершення епохи спонтанних, хаотичних ринкових перетворень.

В сучасних ринкових умовах інноваційний розвиток виступає одним з найбільш перспективних напрямів розвитку підприємств різноманітних організаційно-правових форм господарювання та визначальним фактором їх ефективної діяльності. Він сприяє не лише ощадливому використанню ресурсів, підвищенню якості продукції та продуктивності праці, а також є умовою забезпечення конкурентоспроможності секторів економіки. Адже саме завдяки інноваційному типу розвитку може бути досягнуто економічне зростання вже в найближчій та стратегічній перспективі.

Для характеристики сучасного стану інноваційного розвитку підприємств виникає об'єктивна необхідність оцінки результатів впровадження інноваційних розробок, яка повинна здійснюватися із використанням системи критеріїв та показників, що враховує низку аспектів такого оцінювання. Критерієм виступає міра оцінки, на основі якої визначається рівень інноваційного розвитку підприємства. Відповідно до критеріїв визначають показники оцінок.

Загальна характеристика структури фінансування інноваційної діяльності в Україні дає чітке уявлення про суттєву диспропорційність між сумами власних коштів і коштів державного бюджету. Ще більш наочним підтвердженням такої диспропорції є обрахунок співвідношення суми коштів державного бюджету, які припадають на 1 грн власних коштів, вкладених в інноваційну діяльність. Різкі коливання обсягів фінансування дестабілізують процес наукових досліджень.

Практичний досвід свідчить, що найвищий рівень інноваційної активності демонструють ті підприємства аграрного сектору, які характеризуються більшим розміром та масштабами діяльності – агрохолдинги, де кількість середньорічних працівників становить 250 осіб і більше (38,8 %), найнижчий рівень – у аграрних підприємств, де кількість персоналу становить менше 50 осіб (11,3 %).

Інноваційний розвиток підприємств аграрного сектору виступає визначальним чинником поліпшення їх фінансово-економічних показників діяльності. Відповідно інновації в аграрному секторі формують основу для забезпечення темпів і якості нарощування інноваційного потенціалу підприємств, регіону, країни, підвищуючи конкурентоспроможність аграрно-промислової продукції. Кожне підприємство самостійно визначає методику оцінки ефективності своєї діяльності, в тому числі оцінення рівня інноваційного розвитку. Тому необхідно враховувати сукупність усіх факторів, що впливають на прийняття та реалізацію інноваційних рішень, що

можливо здійснювати через оціночну систему індикаторів інноваційного розвитку підприємств.

Особливе значення для оцінки та подальшого планування виробничої діяльності підприємств аграрного сектору має аналіз їх фінансово-економічного стану за критеріями стійкості, платоспроможності та ділової активності, які розглядаються через призму показників структури капіталу, ліквідності та оборотності, що дає можливість кількісно оцінити вплив якості управління фінансовими ресурсами на рівень рентабельності та динаміку розвитку підприємств.

Рівень державної фінансової підтримки підприємств аграрного сектору суттєво зменшився та є недостатнім. Зазначена відсутність чіткої визначеності щодо спрямованості й критеріїв оцінки ефективності, перспективності такої підтримки, прозорості розподілу коштів. А сама структура фінансування інноваційної діяльності в Україні є диспропорційною. Наочним підтвердженням такої диспропорції є обрахунок співвідношення суми коштів державного бюджету, які припадають на 1 грн власних коштів, вкладених в інноваційну діяльність.

Список використаних джерел:

1. Катан Л. І., Катан В. О. Економіко-математичне моделювання ресурсного потенціалу підприємств аграрної сфери в досягненні цілей сталого розвитку. *Агросвіт*. 2018. № 6. С. 3–7.
2. Маматова Л. Ш. Розвиток інноваційної діяльності України в міжнародному контексті. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. Серія: економічні науки. 2018. № 36. С. 279–291.
3. Нестерчук Ю. О., Соколюк С. Ю. Ефективність інноваційної діяльності підприємств аграрно-промислового виробництва. *Вісник Одеського національного університету*. Сер.: Економіка. 2018. Т. 23. Вип. 5(70). С. 80–85.
4. Ціхановська В. М., Ціхановська О. М. Сучасні інноваційні методи сприяння забезпеченню продовольчої безпеки України. *Інноваційна економіка*. 2012. № 2. С. 25 – 29.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Веселовська В. О., здобувачка вищої освіти 3 курсу

Науковий керівник: **Піхняк Т. А.**, к.е.н, доцентка кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування,

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

Оборотні активи є важливими елементами господарського механізму, оскільки ефективність виробництва суб'єктів господарювання багато в чому залежить від раціонального та науково обґрунтованого їх управління.

Також саме від ефективності використання оборотних активів залежить рівень ліквідності підприємства, його фінансова стійкість, платоспроможність та рентабельність.

Управління використанням оборотних коштів передбачає реалізацію шляхів прискорення оборотності: інтенсифікація виробничих процесів; економне використання сировинних і паливно-енергетичних ресурсів; вдосконалення організації основного виробництва; вдосконалення організації допоміжного та обслуговуючого виробництва; поліпшення роботи з постачальниками; поліпшення роботи зі споживачами продукції; застосування логістичних підходів в управлінні [1].

Існує ряд факторів, які впливають на формування оборотного капіталу і політику управління. Залежно від сфери виникнення виокремлюють виробничі, фінансові, маркетингові чинники та загальноекономічні умови.

У системі управління оборотним капіталом виділяють керуючу і керовану підсистеми, що являють собою суб'єкти і об'єкти управління. До об'єктів управління слід віднести безпосередньо активи, у які здійснюється авансування оборотного капіталу, джерела його формування, елементи оборотного капіталу та економічні відносини, які виникають у процесі кругообігу оборотного капіталу. У керуючій підсистемі слід виділити відповідні суб'єкти управління – органи і служби управління, що використовують специфічні методи цілеспрямованого впливу на оборотний капітал (рис.1).

Керуюча підсистема (суб'єкт)			
Вплив на процес функціонування		Вплив на кількісні та якісні характеристики	
Організаційна структура управління оборотним капіталом	Економічні методи, важелі	Правове, нормативне забезпечення	Інформаційно-технічне забезпечення
Керована підсистема (об'єкт)			
Процес функціонування (умови обороту, тривалість обороту)	Структура (активів, джерел)	Величина (активів, джерел)	Витрати (утримання активів, залучення джерел)
Економічний результат діяльності підприємства			
Виручка		Прибуток	

Рис.1 – Вплив управління оборотним капіталом на ефективність функціонування виробничого підприємства

Для підвищення ефективності володіння оборотними активами як важливого резерву для покращання фінансового стану підприємства слід використовувати такі заходи [2]:

1. Забезпечення необхідної ліквідності оборотних активів, для підтримування потрібної міри платоспроможності підприємства за поточними фінансовими зобов'язаннями. З цією метою з урахуванням обсягу й графіка майбутнього платіжного обороту повинна бути визначена частина оборотних активів у формі коштів, високо- і середньоліквідних активів.

2. Забезпечення вчасного використання тимчасово вільного залишку грошових активів для формування ефективного портфеля короткострокових фінансових вкладень – забезпечення підвищення рентабельності оборотних активів є невід'ємною складовою розроблюваної політики підприємства.

3. Формування системи управління дебіторською заборгованістю. Розвиток ринкових відносин дозволяє використовувати у практиці нові форми управління дебіторською заборгованістю - її рефінансування, тобто прискорення переведення в інші форми оборотних активів підприємства.

Отож, дієвість використання оборотних активів – це неодмінна умова існування підприємства в умовах конкурентної боротьби. Значною мірою вона залежить від досконалості методики аналізу ефективності їх використання, що в свою чергу дозволяє поліпшити якість управлінських рішень не тільки стосовно підвищення дієвості використання оборотних активів, а й ефективності діяльності підприємства в цілому. З урахуванням цього методика аналізу ефективності використання оборотних активів повинна бути вичерпною і в той же час дієвою, тобто, не перевантаженою несуттєвими розрахунками.

На наш погляд, вона повинна включати: загальну оцінку ефективності використання оборотних активів; визначення економічного ефекту від прискорення чи сповільнення оборотності оборотних активів; визначення впливу чинників на зміну оборотності оборотних активів; визначення резервів прискорення оборотності оборотних активів; розробку заходів щодо впровадження визначених резервів мобілізації оборотних активів, збільшення обсягу реалізації продукції, що дасть можливість прийняти оптимальні управлінські рішення.

Список використаних джерел:

1. Показники ефективності використання оборотних коштів та шляхи прискорення оборотності. URL: http://stud.com.ua/20773/ekonomika/pokazniki_efektivnosti_vikoristannya_oborotnih_koshtiv_shlyahi_priskorennya_oborotnosti
2. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент: навч. посібник. Київ: Ельга, 2008. 724 с.

ВПЛИВ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА

Мілько В.С., здобувач освітнього ступеня бакалавра
ХУУП імені Леоніда Юзькова

Економічна безпека є важливим елементом будь-якої економічної системи, вона підтримує як її стабільність, так і її здатність до прогресивного розвитку. Під економічною безпекою підприємства розуміють – захищеність інтересів власників, клієнтів, працівників і керівництва підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз; стан його зовнішнього та внутрішнього середовища; один з основних елементів операційного менеджменту; організація заходів із запобігання можливим загрозам його діяльності.

Вітчизняні підприємства постійно відчують нові і все більш складні виклики, ризики та загрози. Конфлікт економічних інтересів держави і підприємств поширює тіньову економіку.

Загалом же під тіньовою економікою необхідно розуміти складне соціально-економічне явище, що представлене сукупністю неконтрольованих і нерегульованих протиправних та законних, але аморальних економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності з метою утримання доходу внаслідок приховування доходів і ухилення від сплати податків [1].

Найбільш руйнівний вплив на економічний розвиток суб'єктів господарювання має нелегальна економічна діяльність.

Виділяють таких суб'єктів тіньової економіки:

1. Самі суб'єкти тіньової економіки;
2. Легальні підприємці, що мають на меті приховати або частково приховати свої доходи;
3. Пересічні громадяни, які вимушені працювати у сфері нелегального для забезпечення виживання в несприятливому середовищі;
4. Частина державних службовців, які мають зиск від корумпованих діянь;
5. Представники державних підприємств, які перевели формальну державну власність у практично приватне користування у тіньовому секторі [3, с. 136].

Основними факторами відходу легальної економіки у тіньову є непосильні податкові навантаження; надмірна регламентація економічної діяльності; невиправдане збільшення масштабів державного втручання в економіку. Наприклад, в Україні у першому півріччі 2020 року рівень тіньової економіки становив 31%. У січні-червні 2021 року – також 31%. У Міністерстві економіки зазначили, що майже всі види економічної діяльності виявили тенденцію до зниження рівня тіньової економіки:

- у сфері операції з нерухомістю – з 46% до 36%;
- у переробній промисловості - з 34% до 26%;
- у видобувній промисловості – з 43% до 34%.
- сфері транспорту та логістики – з 52% до 45%;
- оптової та роздрібною торгівлі – з 26% до 20%;
- сільського, лісового та рибного господарства – з 24% до 20%.

У двох видах економічної діяльності рівень «тіні» все ж таки зріс: фінанси та страхування – з 29% до 32%, будівництво – з 25% до 26%.

Функціонування тіньової економіки поряд з легальною призвело до суттєвого скорочення в структурі доходів бюджету частки податкових надходжень, що поставило під загрозу виконання важливих державних програм. Як взагалі тіньова економіка впливає на безпеку підприємств? Можна виокремити такі наслідки впливу тіньової економіки на економічну безпеку підприємств:

- Порушення кримінальних справ, арешт активів суб'єкта господарювання через наявність «сірих» схем у їх діяльності;
- Відсутність фінансових можливостей для розвитку через зменшення інтересу інвесторів до вітчизняних підприємств;
- Зростання загроз рейдерського захоплення підприємств;

– Дискримінація суб'єктів господарювання діяльності легального сектора внаслідок нечесної конкуренції, зменшення фінансових результатів діяльності, банкрутство.

Для мінімізації тіньової економіки можливе використання досвіду Німеччини, для цього потрібно оптимізувати податкову систему. В Україні занадто високі ставки та кількість податків і платежів, значні ставки відрахувань з фонду заробітної плати, важкий механізм обчислення розмірів податків тощо, і через це суб'єкти господарювання намагаються уникнути оподаткування. Коли в країні буде встановлений оптимальний рівень оподаткування, будуть відсутні або зведені до мінімуму адміністративні бар'єри, прозора та проста процедура створення, реорганізації й ліквідації підприємств, то мотивація підприємців до приховування своєї діяльності у тіні зводиться до мінімуму [2].

Отже, розвиток тіньової економіки призвів до прямих загроз економічній безпеці підприємств. Для покращення інвестиційного клімату в Україні та подальшого розвитку національної економіки необхідно враховувати вплив тіньової економіки на економічну безпеку підприємств.

Список використаних джерел

1. Варналій З.С. Теоретичні засади детінізації економіки України. З.С. Варналій. *Вісник Вінницького політехн.ін-ту*. 2014. №1. С.48.
2. Приварникова І. Ю., Степанюк К. В. Тіньова економіка України: причини, обсяги та шляхи їх зниження. *Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво*. 2010. № 2. С. 163-167.
3. Крупка М.І., Яструбецька Л.С. Фінансова безпека суб'єктів господарювання: Підручник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 320 с.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА АНАЛІЗУ

Віхтюк А.С., здобувачка вищої освіти

Науковий керівник: **Піхняк Т.А.**, к.е.н, доцентка кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

На сучасному етапі розвитку національної економіки, що є нестабільним та непередбачуваним, вітчизняні підприємства стикаються з багатьма проблемами, такими, як: нестача фінансових ресурсів, зростання інфляції, невизначеність ринку, труднощі з отриманням кредитних ресурсів, жорстка конкуренція.

Під фінансовою стійкістю розуміють надійно гарантовану платоспроможність, рівновагу між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, довіру

кредиторів і інвесторів та рівень залежності від них, наявність такої величини прибутку, який би забезпечив самофінансування [2].

Розглянемо стан фінансової стійкості на прикладі товариства з обмеженою відповідальністю «Санні Фуд», яке відноситься до суб'єкта малого підприємництва та займається вирощуванням зернових, бобових культур і насіння олійних культур, обробленням насіння для відтворення.

Порядок розрахунку та нормативні значення (оптимальна динаміка) показників оцінювання фінансової стійкості підприємства наведено у табл.1.

Таблиця 1.

Показники оцінювання фінансової стійкості ТОВ «САННІ ФУД» за 2019-2021рр.

№ з/п	Показник	2019 рік	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+,-)		Нормативне значення (оптимальна динаміка)
					2020/2019рр.	2021/2020рр.	
1.	Коефіцієнт фінансової незалежності	0,67	0,51	0,27	-0,16	-0,24	$\geq 0,5$
2.	Коефіцієнт фінансової залежності	0,33	0,49	0,73	+0,16	+ 0,24	0,5
3.	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,33	0,49	0,73	+0,16	+ 0,24	$< 0,5$
4.	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	2,99	1,95	0,77	- 1,04	-1,18	$\geq 0,1$
5.	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,67	0,49	-0,30	- 0,18	-0,79	$> 0,1$

Джерело: сформовано автором на основі показників фінансової звітності підприємства

Із наведених розрахунків, можемо зробити висновки про те, що значення коефіцієнта фінансової незалежності вказує на те, що у 2021 році частка власного капіталу у валюті балансу становить 27 %, що на 24% менше порівняно з 2020 роком. За коефіцієнтом фінансової залежності у 2019 році залучений капітал складає 33% загальної вартості майна, так уже у 2021 році – 73%. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу відповідно збільшився з 0,33 до 0,73 і свідчить про високий рівень фінансової залежності підприємства від кредиторів.

Про високий рівень забезпеченості ТОВ «САННІ ФУД» власними оборотними коштами свідчать значення коефіцієнтів забезпеченості власними оборотними коштами. Але у 2021 році цей показник зменшився з 2,99 до 0,77. Значення коефіцієнта маневреності власних оборотних коштів показує його значне зменшення за три роки і в 2021 році оборотні активи не забезпечуються власними оборотними коштами.

Зважаючи на таку динаміку, підприємство суттєво погіршило фінансову стійкість щодо забезпеченості високоліквідними оборотними

активами. Так як результати досліджень не задовільні, слід розрахувати й оцінити ймовірність банкрутства ТОВ «САННІ ФУД», використати 5-ти факторну модель Альтмана.

Результати розрахунків наведені у табл.2.

Таблиця 2.

Оцінка ймовірності банкрутства підприємства

№ з/п	Показник	Значення, тис. грн.
1.	K1 – відношення власного оборотного капіталу до суми всіх активів підприємства	-0,08
2.	K2 – відношення нерозподіленого прибутку до суми всіх активів	-0,10
3.	K3 – рівень доходності активів, тобто відношення загального прибутку до суми активів	-0,10
4.	K4 – відношення власного капіталу до суми залученого капіталу	0,37
5.	K5 – коефіцієнт оборотності активів, тобто відношення виручки від реалізації до середньої суми активів	0,97
6.	Z – показник ймовірності банкрутства	0,626

Джерело: сформовано автором на основі показників фінансової звітності підприємства

Як бачимо, за 5-ти факторною моделлю Альтмана, показник ймовірності банкрутства підприємства склав 0,626, що досить погано, адже, якщо показник менший за 1,8, то ймовірність банкрутства дуже висока.

Для покращення фінансового стану ТОВ «САННІ ФУД» необхідно розраховуватися зі своїми зобов'язаннями, збільшити коефіцієнт покриття (збільшити оборотні активи та зменшити поточні зобов'язання), підвищити коефіцієнт забезпечення власними засобами (власні оборотні кошти мають перевищувати оборотні активи підприємства), налагодити систему внутрішнього контролю.

Список використаних джерел

1. Бугай В.З. Аналіз та оцінка фінансової стійкості підприємства / В.З. Бугай, В.М. Омельченко // Держава та регіони. – 2016. – № 1. – С. 34–39.
2. Готра В.В. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його покращення. *Електронне фахове видання «Економіка та суспільство»*. Випуск № 8. 2017. С. 219 - 223.

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ткачук Н.М., к.е.н., доцент

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

Європейський вибір України та необхідність її інтеграції у високотехнологічне конкурентне середовище зумовили необхідність формування інноваційної моделі розвитку, в якому головну роль джерела економічного зростання відіграють наукові надбання та їхнє технологічне застосування. Реалізація інноваційної стратегії економічного зростання потребує прискореного розвитку високотехнологічних виробництв, спроможних виробляти наукоємну продукцію з високою доданою вартістю, формування експортного потенціалу цих виробництв, підвищення технологічного рівня підприємств завдяки прогресивним науково-технічним досягненням.

У стратегії економічного і соціального розвитку України збереження і розвиток наукового потенціалу було проголошено провідним чинником економічної політики держави. Вирішення цього завдання визначається перш за все фінансуванням наукових досліджень і розробок, загальний рівень якого вважається однією з ключових характеристик інноваційності країни, її готовності до побудови суспільства, що базується на знаннях. Саме тому, поставивши перед собою мету побудувати в Європі конкурентоспроможну економіку і суспільство, що базується на знаннях, у прийнятій на Лісабонському саміті в 2000р. стратегії Європейське Співтовариство визнало необхідним довести витрати на наукові дослідження та розробки до 3% ВВП.

Сьогодні наукоємність вітчизняного промислового виробництва значно менша від світового рівня, при цьому майже третина коштів, що витрачаються на інноваційну діяльність, припадає на закупівлю обладнання, в той час як на придбання прав на нову інтелектуальну власність або на проведення науково-дослідних робіт витрати значно менші. Нагадаємо, що технологічні інновації – це діяльність підприємства, пов'язана із розробкою та впровадженням як технологічно нових, так і значно технологічно удосконалених продуктів (продуктові інновації) і процесів (процесові інновації). Інноваційна продукція освоюється вітчизняними промисловими підприємствами повільно, здебільшого шляхом використання наявних обладнання і технологій (табл. 1).

Як видно з наведених у табл. 1 даних, на кінець 2020р. лише 15% вітчизняних промислових підприємств займалися впровадженням інновацій, але наявне суттєве пожвавлення впровадження нових технологічних процесів порівняно з попереднім роком на 8%. Варто відмітити суттєве збільшення кількості впроваджених видів інноваційної продукції у звітному році до 4066 одиниць, що порівняно з попереднім роком майже вдвічі (на 89,3%).

Таблиця 1.

Впровадження інновацій підприємствами України у 2015-2020рр. [1]

Показники	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.
Частка підприємств, що впроваджували інновації, %	15,2	16,6	14,3	15,6	13,8	14,9
Темп росту до попереднього року, %	-	109,2	86,1	109,1	88,5	108,0
Кількість упроваджених видів інноваційної продукції, од.	3136	4139	2387	3843	2148	4066
Темп росту до попереднього року, %	-	132,0	57,7	161,0	55,9	189,3
Кількість упроваджених нових для ринку видів інноваційної продукції, од.	548	978	477	968	418	691
Темп росту до попереднього року, %	-	178,5	48,8	202,9	43,1	165,3
Кількість упроваджених нових видів машин і обладнання, од.	966	1305	751	920	760	647
Темп росту до попереднього року, %	-	135,1	57,5	122,5	82,6	85,1
Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції підприємств, %	1,4	...	0,7	0,8	1,3	1,9
Темп росту до попереднього року, %	-	-	-	114,3	162,5	146,1

Також збільшилась кількість упроваджених нових для ринку видів інноваційної продукції у 2020р. до 691 одиниці, що на 65,3% більше аніж у 2019р. При цьому слід відмітити, що найбільше одиниць нових для ринку видів інноваційної продукції було упроваджено у 2016р. і 2017р. – 978 та 968 одиниць відповідно. Удвічі скоротилася кількість упроваджених нових видів машин і обладнання з 1305 одиниць у 2016р. до 647 одиниць у 2020р. Такі темпи впровадження інновацій на промислових підприємствах нашої держави зумовили в певній мірі й зменшення частки обсягу реалізованої інноваційної продукції з 9,4% у 2000р. до 0,7% у 2017р., починаючи з 2019р. відбувається її незначне зростання до 1,3% та 1,9% у звітному році.

Цілком стає очевидно, інноваційна активність промислових підприємств України та їх здатність до впровадження інновацій залежить від джерел фінансування такої діяльності. Порядок фінансування інноваційних проектів у кожному конкретному випадку має свою специфіку й безпосередньо пов'язаний із характером інновацій.

Для надолуження позицій високотехнологічної держави та забезпечення реального впливу науки й інновацій на економічне зростання потрібно збільшити частку ВВП, що інвестується в наукові дослідження та інноваційний розвиток хоча б до загальноєвропейського критерію в 3% ВВП. Для досягнення таких пріоритетів необхідно вжити наступні заходи:

- збільшити частку підприємницького сектору в обсягах інвестицій не менш як до двох третин і суттєві змінити моделі фінансування науки, особливо щодо врахування оцінок рівня перспективності технологій, очікуваних результатів їх впровадження, конкурсних засад відбору проектів;
- удосконалити нині чинний Закон «Про інноваційну діяльність», передбачивши в ньому реальні механізми стимулювання інноваційної

діяльності виробничих підприємств, особливо спрямованої на реалізацію визначених державою пріоритетних напрямів;

- унормувати принципи і правовий статус недержавних джерел фінансування науково-технологічної та інноваційної діяльності;

- розширити акціонерне фінансування наукових розробок, яке передбачає додаткові емісії цінних паперів під певні інноваційні програми;

- створити мережі венчурних та інноваційних фондів як центрів ризикового кредитування науково-технічних досягнень;

Список використаних джерел:

1. Наукові дослідження та розробки. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНІ

ФОРМУВАННЯ КРИТЕРІЇВ СЕГМЕНТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Волченко А.С., студентка

Передрій А.Е.Ю., асистент

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

Національний технічний університету «Харківський політехнічний інститут»

Незважаючи на пандемію COVID-19, кожного року мільйони людей продовжують, а зі спадом подорожей у 2020 році конкуренція за залучення цих відвідувачів стає дедалі жорсткішою. Сегментація туристичного ринку є тактичним інструментом для отримання чіткого уявлення про неоднорідність і спільність потенційних туристичних груп. Споживачі туристичної індустрії мають різне походження, уподобання, прагнення, звички та, звичайно, чутливість до ціни; навіть засоби масової інформації, яким вони стикаються, відрізняються [1-12]. Таким чином, фахівці з туризму та маркетингу повинні практикувати стратегії сегментації ринку, щоб зрозуміти можливості конкурентної переваги на ринку шляхом об'єднання груп споживачів відповідно до набору загальних ознак.

Як і в будь-якій галузі, в туризмі неможливо звернутися до всіх з одним і тим же посланням – інакше ціннісна пропозиція стає невизначеною та неоднозначною. Загалом сегментація туристичного ринку створює умови для створення конкурентоспроможних туристичних продуктів. Ці умови базуються на дослідженнях попиту, зосереджених на потребах споживачів. Досягти оптимального задоволення потреб споживачів без вивчення попиту на основі сегментації ринку дуже важко; або товар недостатньо задовольняє споживача, або спосіб його пропозиції не забезпечує доступу тим, хто міг би його придбати.

Щоб визначити свою стратегію сегментації ринку, ви повинні мати принаймні відповіді на ці п'ять елементарних питань [1, 2, 8]: Хто ваш споживач? Де знаходиться ваш споживач? Що цікавить вашого споживача? Як би ви представили свій продукт цьому споживачу? Чому певні сегменти будуть зацікавлені чи не зацікавлені у ваших продуктах?

Пропонуємо в якості базових критеріїв сегментації ринку туризму використовувати: географічний, демографічний, психографічний та поведінковий.

У географічній сегментації ринок поділяється відповідно до географічних областей, таких як регіони, міста, штати, країни, рельєф, політичні кордони тощо. Ці критерії ґрунтуються на припущенні, що люди з

одного місця можуть мати схожі риси, такі як особливості способу життя та звички споживання.

Незважаючи на глобалізацію, згідно з проведеними дослідженнями, у більшості країн світу, у тому числі на ринках, які теоретично дуже схожі, мислення споживачів все ще суттєво відрізняються один від одного. Крім того, географічну сегментацію можна зробити відповідно до туристичного продукту. Наприклад, індійські гірські курорти рекламуються не в Швейцарії чи Андоррі, а в країнах, де немає гір, наприклад, в Нідерландах. З тієї ж причини сафари в пустелі Єгипту рекламуються в таких країнах, в яких немає пустель [1, 4, 7, 11].

Демографічна сегментація відокремлює туристів за статтю, віком, життєвим циклом, структурою сім'ї, етнічною приналежністю чи соціально-економічним походженням, серед інших факторів. Прикладом маркетингової сегментації з використанням демографічних даних може бути розробка турів для молодих людей у віці 18-25 років. Для них, швидше за все, знадобиться недорогий, насичений туристичний відпочинок з різноманітними соціальними та розважальними заходами, а також багато вільного часу для вивчення.

Психографічна сегментація розглядає психологічний склад туриста. Фахівці з маркетингу збирають інформацію про спосіб життя, особистості, цінності та інтереси цільових туристів, обережно, щоб туристи в межах одного демографічного сегмента могли мати значно різні психографічні профілі. Наприклад, такі пригодницькі продукти, як дельтапланеризм у Ріо-де-Жанейро, будуть орієнтовані на тих, хто шукає пригод, тоді як менш авантюрні відвідувачі можуть віддати перевагу курорту за системою «все включено», де вони можуть насолоджуватися спокійним відпочинком у безпечному контексті біля басейну.

Поведінкова сегментація розрізняє споживачів на основі споживчих звичок, таких як частота або лояльність до бренду. Ця сегментація також розглядає сезонність як звичку подорожувати певної групи. Наприклад, очікується, що європейські мандрівники зосередять свої тривалі поїздки влітку, оскільки період відпусток зазвичай довший [3, 5, 12]. Слід зазначити, що організація може застосовувати одну, дві або більше змінних одночасно для сегментації ринку. Дослідження ринку, метод проб і помилок, інтуїція, досвід і знання своїх можливостей і ресурсів стають ключовими для вибору основи для сегментації.

Список використаних джерел:

1. The Basics of Tourism Market Segmentation [Electronic resource]. URL: <https://translate.google.com/>
2. Маркетинговий менеджмент на світовому ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] : конспект лекцій / П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2020. 35 с.

3. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
4. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
5. Kobeleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.
6. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, №5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>
7. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
8. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, В. І. Борзенко, Т. О. Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
9. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
10. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
11. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
12. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ МІСТКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Матросова В.О., к.е.н., професор

Верютіна В.Ю., ст.викладач

Перерва П.Г., д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Індустрія подорожей і туризму стикається з безпрецедентними проблемами. Дослідження, планування, розробка та впровадження маркетингових та інших стратегій є життєво важливими для того, щоб туристичний бізнес успішно пережив ці важкі часи. Однак проблема в тому, що ви не можете зробити це ефективно, якщо ви не визначили розмір свого ринку. Знання розміру свого цільового ринку дозволяє краще оцінити можливості, які з'являються в туристичному бізнесі, і точніше спланувати

його розвиток [1-12]. Крім того, це може допомогти туристичним підприємствам при створенні інвестиційного бюджету не тільки для досліджень і розробок, але також для продажу та маркетингу.

Завдяки чіткішим маркетинговим стратегіям є можливість витратити кошти відповідно до ринку. Це означає, що недостатньо інвестувати тільки в той туристичний ринок, який швидко розвивається і розвивається швидкими темпами, а також треба інвестувати в ринок із повільним зростанням і низькою прибутковістю. В основному, коли є знання розмір свого ринку, можна знайти зону Златовласки – де каша не надто гаряча чи не надто холодна, а саме така – для вашого туристичного бізнесу [1].

Місткість ринку вимірює загальний обсяг конкретного туристичного ринку, тобто оцінює фактичну кількість споживачів, які відповідають встановленим критеріям [2, 5, 8, 11]. Можна проводити обчислення на основі однієї з кількох змінних, які цікавлять дослідника, тото потрібно буде чітко визначити, ці змінні, зазвичай, досить динамічні.

В цьому плані пропонується два підходи. Один підхід – обчислювати місткість туристичного ринку на основі показників виробництва, а інший – на основі споживання. Якщо взяти розрахунок розміру туристичного ринку на основі виробництва, то слід базувати свої розрахунки на основі середньої кількості продукту або пропозиції, яку можете надати туристичне підприємство, і кількості споживачів, які б придбали туристичні послуги.

Навпаки, якщо проводити відповідні розрахунки на основі споживання, то в цьому випадку слід оцінювати звички споживачів і зважувати, як часто вони споживатимуть дану пропозицію.

Після того, як проведено вибір підходу, слід провести деякі дослідження. Обсяг, глибина та якість цього дослідження залежать від того, скільки часу та грошей можна інвестувати в нього, що потрібно взнати і як ці дані використовувати для планування туристичного бізнесу [1, 3, 6, 12]. Наведені нижче запитання можуть допомогти визначити ці цілі:

1. Які географічні регіони охоплюють розмір вашого ринку? Ваша цільова аудиторія – місцева, національна, міжнародна чи комбінована?

2. Який період часу охоплює ваш ринковий розмір? Ринки постійно коливаються, тому багато компаній розраховують свій розмір раз на рік. Однак можна зробити розрахунок на будь-який зручний термін.

3. Який рівень зростання ринку? Відповідаючи на це запитання, подумайте, як змінився ринок за останні кілька років і чи зростає він, чи скорочується.

4. Які проблеми впливають на ринок? Визначте проблеми, які можуть вплинути на звички споживачів у майбутньому, і виявити реальні або потенційні перешкоди, такі як правила, пов'язані з пандемією або закриття кордонів.

Дослідження – це лише частина процесу, оскільки ще потрібно розрахувати розмір ринку. Розрахувати розмір ринку для свого туристичного бізнесу можна кількома різними способами. Одним з найбільш надійних методів рекомендуємо процес аналізу конкурентних продажів знизу вгору.

Альтернативний підхід «зверху-вниз», якому віддають перевагу сторонні дослідники, - запитувати у конкурентів їхні оцінки розміру ринку. Потім у розрахунку ці оцінки будуть усередненими. Іноді оцінки, отримані від конкурентів, спочатку зважуються перед використанням для розрахунку середнього розміру ринку. Визначаючи розмір свого ринку для свого туристичного бізнесу, не слід зупинятися на перерахованих вище методах. Слід використовувати і інші методичні підходи, щоб отримати глибше уявлення про розмір туристичного ринку та участь даного туристичного підприємства у ньому.

Список використаних джерел:

1. Determining Your Tour Business' Market Size[Electronic resource]. URL: <https://www.tourismtiger.com/blog/determining-your-tour-business-market-size/>
2. Маркетинговий менеджмент на світовому ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] : конспект лекцій / П.Г.Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2020. 35 с.
3. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
4. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, В. І. Борзенко, Т. О. Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
5. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
6. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
7. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
8. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
9. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
10. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kobleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.
12. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, №5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Проскурня О.М., к.т.н., доцент

Погорєлова Т.О., доцент

Перерва П.Г., д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільших високоприбуткових та найбільш динамічних галузей світового господарства. На початок ХХІ ст. туризм зайняв лідируюче місце у міжнародних зовнішньоекономічних зв'язках, став серйозно впливати на розвиток економіки окремих країн і світового господарства загалом, зріс його вплив формування валового внутрішнього продукту. На долю туризму припадає близько 10% світового валового національного продукту, світових інвестицій, усіх робочих місць та світових споживчих витрат [1, 3, 5].

Найбільшого розвитку міжнародний туризм отримав у західноєвропейських країнах. На цей регіон припадає понад 70 % світового туристичного ринку та близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20 % посідає Америку, менш 10 % – на Азію, Африку і Австралію. За даними СОТ, у світі налічується 15 країн, що спеціалізуються на туристичних послугах, у яких надходження від туризму перевищують доходи від експорту, нерідко у багато разів. До них відносяться невеликі острівні держави у зоні вологих субтропіків та тропіків. Барбадос, Сейшельські острови та інші. У 45 країн надходження від туризму перевищують четверту частину обсягу експорту (це, переважно, держави, що розвиваються зі слаборозвиненою економікою). Для 38 % країн туризм – головне джерело доходу, а 83 % країн туризм одна із п'яти основних джерел доходу [1, 2, 7].

Підприємства та громадські організації з кожним роком все активніше цікавляться економічними наслідками міжнародного туризму на національному, державному та місцевому рівнях. Економічні вигоди міжнародного туризму рекламуються сектором економіки по цілому ряду причин. Заяви про економічну значимість міжнародного туризму надають галузі більше пошани серед ділових кругів, державних посадових осіб і громадськості в цілому. Це часто призводить до прийняття рішень або проведення державної політики, доцільної для міжнародного туризму. Економічні вигоди та послуги міжнародного туризму так чи інакше досягають практично всіх громадян країни.

Аналіз економічного впливу дає вирішувати оцінки цих економічних взаємозалежностей та кращі значення роликів міжнародного туризму в економіці країни [1, 8, 9]. Діяльність у сфері міжнародного туризму, а також сприяння з економічними виплатами, включаючи прямі витрати, понесені туристичними підприємствами, державні витрати на структуру інфраструктури для більш ефективного обслуговування туристів, а також перевантаженість та пов'язані з цими витратами, які покривають окремі

особи в загальному. Рішення спільноти з туризму часто включають в себе дебати між прихильникамим індустрії рекламування економічного впливу міжнародного туризму (вигоди) та їх противників, які акцентують увагу на витратах міжнародного туризму. Розумні рішення ґрунтуються на збалансованій та об'єктивній оцінці як вигоди, так і витрат, а також на розуміння того, хто виграє від міжнародного туризму і хто платить за нього [1, 7, 10].

Таким чином, економічні наслідки міжнародного туризму є важливим аспектом державного, регіонального та загального планування та економічного розвитку. Економічні наслідки також є важливими факторами прийняття маркетингових та управлінських рішень. Тому загальні зобов'язання повинні займатися відношенням важливості міжнародного туризму для своєї країни, включаючи вклад міжнародного туризму в економічну діяльність в сфері свого використання [1, 11, 12].

Для оцінки економічного впливу міжнародного туризму використовуються різні методи – від простих догадок до складних математичних розрахунків. Туризм має різні економічні наслідки. Туристи вносять вклади в продаж, прибуток, робочі місця, податкові надходження та доходи в області. Найбільш прямі наслідки виникають в основних секторах міжнародного туризму – житлі, ресторанах, транспорті, розвазі та роздрібній торгівлі. Завдяки вторинним наслідкам туризм чіпляє більшість секторів національної економіки. Аналіз економіки екологічної туристичної діяльності зазвичай фокусується на змінах у продажі, доходах і заняттях в регіоні в результаті туристичної діяльності [4].

Розвиток туризму, збільшення його частки у валовому внутрішньому продукті, зайнятість населення, інвестиції, доходи бюджету залишаються актуальними проблемами української економіки.

Список використаних джерел:

1. Яковенко А.Е, Лепешев Д.И. Анализ эффективности международного туристического бизнеса // *Инновационная экономика*. 2016. №1 (11). С.324-329.
2. Биктимирова А.Р. Развитие международного туризма как ведущий показатель // *Конкурентоспособность территорий*. Екатеринбург : УГЭУ, 2018. С.57-58.
3. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
4. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
5. Kobeleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.

6. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss. : Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, №5. 11 p. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53819>
7. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
8. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, В. І. Борзенко, Т. О. Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
9. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
10. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
11. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
12. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.

**ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС ТА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ У
СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ:
УКРАЇНСЬКИЙ, ЄВРОПЕЙСЬКИЙ І СВІТОВИЙ ДОСВІД
КУЛЬТУРНИХ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ
(ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ ДИСКУРС)**

Ціватий В.Г., к.і.н., доцент,
Заслужений працівник освіти України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
член правління Наукового товариства історії дипломатії
та міжнародних відносин (м. Київ, Україна)
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1505-7483>

Ключовими тенденціями глобального економічного розвитку, що розкривають його сутнісний і супровідний характер, є публічна і культурна зовнішня політика, особливості та векторна спрямованість національних економік, інституціоналізація, інституціональна діаспорологія та міграційні процеси сучасності. Важливими чинниками впливу на економічні моделі держав, у т.ч. й України, є міжнародні відносини і моделі дипломатії. Культурні та креативні індустрії в умовах мондіалізованого світоустрою ХХІ століття особливо актуалізуються, зокрема – у контексті нового інструментарію культурної та публічної дипломатії, туристичної дипломатії,

туристичного бізнесу (як міжнародного, так і українського) та інституціональної діаспорології [4, с. 32-36].

У 2016-2022 роках концепт «*туристична дипломатія*» став одним із широко вживаних серед людей у нашому суспільстві. Туризм став уже складовою і невід'ємною інституціональною частиною національної дипломатії. Туристична дипломатія стає важливим каналом формування і поширення іміджу і просування міжнародного визнання держави. Історико-культурний туризм, міжнародний туризм та екскурсійна діяльність стають інструментарієм і важливим засобом просування сучасної дипломатії в умовах мондіалізованого світоустрою XXI століття. Туристична дипломатія та екскурсійна діяльність на сьогодні – це інноваційна технологія культурної індустрії та креативної індустрії, історико-культурного туризму в глобальному світовому просторі.

На сьогодні – культурні та креативні індустрії – в умовах публічного простору і культури інформаційного суспільства, це один із нових інституціональних і політико-дипломатичних підходів до розвитку творчих галузей культури: концепція терміна «креативні індустрії», технології розвитку креативного (творчого) кластера і креативних індустрій тощо. До культурних і креативних індустрій у цілому відносяться театральні та образотворчі види мистецтва, кінематограф, телебачення і радіо, музика, видавнича справа, комп'ютерні ігри, нові медіа, архітектура, дизайн, мода і реклама, історико-культурний туризм тощо [3, с. 196-206].

На сьогодні ми спостерігаємо перехід до нових (інноваційних) форм культурних і креативних індустрій. Креативні індустрії – це один із нових підходів інноваційного розвитку культури інформаційного суспільства. Розвиток креативних індустрій виступає як один із вагомих факторів соціально-економічного розвитку постіндустріальної економіки, туристичного бізнесу та потенціалу туристичних регіонів України. На даний момент у бізнес-стратегіях беруть до уваги не тільки матеріальні, але й нематеріальні культурні активи (матеріальна і нематеріальна культурна спадщина) [2, с. 208–210].

Історико-культурний туризм пов'язаний тісно і з діаспорою та діаспоральною політикою, які створюють додаткові сприятливі умови для розвитку туризму. Інститут діаспори є важливою складовою державної політики. Інституціональна історія діаспори вивчає особливості виникнення, становлення і розвитку моделі інституту діаспори в її історичній ретроспективі. Предметною сферою цього наукового напрямку є різні системні складові елементи діаспоральної моделі: нормативно-правова база, діаспоральна дипломатія, культура і мистецтво діаспори, засоби масової інформації діаспори, політика лобізму тощо. Нематеріальна культурна спадщина України шанується в діаспорі і є об'єктом історико-культурного туризму діаспорян до України. Також українська діаспора широко популяризує матеріальну і нематеріальну культурну спадщину в країні свого проживання. Особливою складовою українського напрямку історико-

культурного туризму є гастрономічний напрям (популяризація українських страв – український борщ, українське сало, галушки, голубці та ін.). Діаспоральна політика і гастрономічна дипломатія сприяють розвиткові історико-культурного туризму як в регіонах України, так і за кордоном. Це новаційний (інноваційний) напрям туристичної галузі. Креативний (творчий) капітал став важливою частиною фінансової складової бізнесу. Креативний підхід дає плацдарм і ефективний інструментарій для знаходження унікальних рішень у стрімко змінному мондіалізованому світі XXI століття [1].

На даний момент в Україні ще зарано говорити про креативні індустрії як про інституціонально сформований сектор культури. Це пов'язано із рядом обмежень. Здебільшого ці обмеження економічного характеру. Український досвід упровадження й розвитку креативних (творчих) індустрій невеликий; він представлений в діяльності окремих творчих і креативних компаній. Значного сприяння інституціональному розвиткові культурних і креативних індустрій в Україні протягом 2018-2022 років Український культурний фонд (УКФ), зокрема у сфері міжнародного та українського туризму [1]. Але слід зауважити, що в Україні вже є досягнення у формуванні креативних (творчих) індустрій у ряді регіонів (насамперед у Києві, і ряді найбільших регіональних центрів – Харків, Одеса, Дніпро); так само креативний кластер активно розвивається у Вінниці, Тернополі, Запоріжжі, Полтаві, Чернівцях та Ужгороді. Робота креативних кластерів найчастіше сконцентрована на створенні смислових творчих одиниць, які слугують для створення туристичного бренду регіону, національного бренду, європейського бренду і світового бренду [5].

Отже, звернення до питань культури і туризму в нових умовах модернізації України, вимагає інших економічних, культурологічних, інституціональних, туристичних і громадських систем відповідно до вимог часу та їх адаптації в умовах мондіалізованого світоустрою XXI століття. В умовах нестійкого глобального розвитку особливо актуалізується питання про необхідність формування для кожної держави системи економічної безпеки, а також – участь у колективних системах безпеки, інноваційних міжнародних економічних інституціях, інтеграційних блоках і союзах. У більшості держав світу вже сьогодні проявляється нова модель економіки. В умовах глобалізації та пандемічної кризи Україні необхідно модифікувати свою модель економіки. Економіка України вже вкотре на роздоріжжі і зараз головне – визначити ефективний економічний шлях її оновлення та шляхи реалізації. Культурні та креативні індустрії – це новий інструментарій культурної, гастрономічної, туристичної та публічної дипломатії України в умовах інституціоналізації публічного простору інформаційного суспільства XXI століття. У більшості держав світу вже сьогодні проявляється нова модель економіки. В умовах глобалізації та пандемічної кризи Україні необхідно модифікувати свою модель економіки, зокрема – туристичну індустрію та туристичний бізнес.

Список використаних джерел

1. Український культурний фонд (УКФ). Культурні та креативні індустрії. URL: <https://www.ucf.in.ua/> (дата входження: 13.05.2022).
2. Ціватий В.Г. Історико-культурний туризм і туристична дипломатія: світовий та український інституціональний досвід. *Інноваційні технології бізнесу, природокористування і туризму [Електронне видання]*: збірник тез Першої Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 09 квітня 2020 р.). Чернігів. нац. технол. ун-т. Чернігів: ЧНТУ, 2020. С. 208–210.
3. Ціватий В.Г. Історичні міста України та історико-культурне просторове планування міст (проблеми історичної урбаністики, урбаністичного туризму та історико-культурного туризму). *Урбаністичні студії*. Київ, 2020. С. 196-206.
4. Ціватий В.Г. Публічна дипломатія: традиції, тренди, та виклики (досвід і пріоритети для України). *Зовнішні справи: науковий часопис*. Київ, 2014. № 6. С. 32–36.
5. Reisinger Yvette. International Tourism: Cultures and Behavior. Butterworth-Heinemann, 2009. 450p.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФІНАНСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

Крушинська А.В., к.е.н.,

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

Формування конкурентоспроможного туристичного продукту не можливе без державної підтримки туризму, оскільки не зважаючи на потужний потенціал цієї галузі, стан туристичної інфраструктури залишається на рівні, що не відповідає світовим стандартам. На нашу думку, з огляду на дефіцитність бюджетних коштів саме на місцевий рівень управління має бути покладене застосування активізуючих механізмів, зокрема стимулюванню інвестиційних надходжень. З одного боку, саме на місцях ґрунтовно знають конкурентні переваги, туристичні можливості й проблеми, які потрібно вирішити, з іншого являються найбільш зацікавленими суб'єктами у розвитку туристичної діяльності як потужного бюджетотворюючого чинника.

Розглянувши динаміку видатків на туризм у провідних туристичних центрах України визначених за допомогою структурною кластеризації міст з туристичним потенціалом [] можемо констатувати, що рівень видатків на туристичну галузь є вкрай низьким та становить в середньому біля 3%.

Зауважимо, що кожне з аналізованих нами міст (Біла Церква, Кам'янець-Подільський, Луцьк, Мукачево, Умань та Ужгород) має потужний туристичний потенціал, закономірно було б якби видатки на туризм здійснювались систематично та в межах певної стратегії розвитку

туристичної галузі. На практиці ж бачимо обернену ситуацію, програми розвитку туризму, як дієвого інструменту на постійній основі у більшості міст немає, відповідно, й відсутнє системне бачення розвитку галузі. Фінансування туризму є невизначеним і у функціональному відношенні. Туризм відносять і до програм розвитку транскордонного співробітництва, і до програм культурно-мистецьких заходів, видатки на туризм зачасту ототожнюються з видатками на благоустрій і не завжди реконструйована історична забудова є об'єктом туристичної атракційності. Варто зазначити, що зазвичай туризм фінансується за залишковим принципом, і не поодиноким є ситуація, коли на рівні програми соціально-економічного розвитку видатки на туризм передбачені, але за результатами поточного року їх сума скорочена. Найбільші видатки на розвиток туризму були здійснені у місті Умань, при чому з усіх аналізованих туристичних центрів, саме у Умані спостерігається найбільш комплексний підхід до фінансування туристичних об'єктів. За систематичністю здійснення бюджетної підтримки туристичної галузі варто виділити місто Кам'янець-Подільський.

Також при аналізі видатків на забезпечення функціонування туристичної галузі, не можливо оминати увагою і Державний фонд регіонального розвитку метою якого є прискорення соціально-економічного розвитку регіонів України, переведення державних інструментів розвитку регіонів на нову основу. Що стосується туризму, то саме тут актуальний відхід від старої практики фінансування виключно будівництва все нових об'єктів, передусім бюджетної сфери, які домінували в переліках фінансування за кошти субвенції на соціально-економічний розвиток регіонів, субвенцій на соціально-економічний розвиток окремих територій, державних цільових програмах. Результати розгляду проектів у галузі туризму поданих на фінансування за місцевої ініціативи з Державного фонду регіонального розвитку демонструють, що проектів у галузі туризму подано досить мало, ще менше їх, зважаючи на відсіювання регіональною комісією буде затверджено. Проте проведений аналіз за період п'яти років в розрізі п'яти областей України досить цінний, оскільки дозволяє зробити такі висновки:

- 1) активність місцевих органів управління з розробки проектів зважаючи на величезні потреби туристичної галузі є низькою;
- 2) подані проекти практично не охоплюють провідні туристичні центри областей;
- 3) присутні проекти без зазначення розмірів фінансування, логічно, що практично всі вони в результаті відхилені регіональною комісією;
- 4) дуже низька частка залучення коштів партнерів до фінансування туристичних проектів, хоча галузь має широкі перспективи в цьому напрямі;
- 5) досить низький відсоток затверджених проектів серед поданих.

Тому неаргументовано буде стверджувати, що проблема фінансування туристичної галузі лежить виключно в площині недостатньої державної підтримки. З проведеного аналізу спостерігаємо, що проблема полягає також в низькій ініціативі місцевих органів влади по розробці, просуванні та

реалізації інвестиційних проєктів в сфері туризму. Але, як показало анкетування працівників органів управління туризмом, ключовою проблемою низької інвестиційної активності є те, що переважна більшість програм передбачає власну участь місцевого бюджету в фінансуванні проєкту, але оскільки на туристичну галузь виділяються вкрай низькі обсяги коштів така дольова участь є неможливою.

Розглянувши функції органів, які дотичні до управління туризмом, можна побачити повне або часткове їх дублювання, одночасно є ті, виконавець яких не чітко визначений []. В свою, чергу це призводить, до нерозуміння сфер відповідальності та до одночасного розпорошення бюджетних коштів. При цьому не можна відкидати й конкуренцію між управліннями за отримання бюджетного фінансування. На нашу думку, цілком логічним є віднесення відділу туризму до департаменту економіки та розвитку інфраструктури міста (як це реалізовано в містах Умань та Мукачево), що дозволить, хоча б на місцевому рівні розглядати туризм як повноцінну галузь економіки, формувати інвестиційні пропозиції, проводити інвестиційні форуми, при цьому раціонально використовуючи бюджетні кошти.

Аналізуючи кроки органів місцевого самоврядування досліджуваних нами міст на основі дослідження змісту та структури інвестиційних проєктів у сфері туризму можемо стверджувати, що активність є недостатньою. Так, у містах Ужгород та Умань розроблено лише по два інвестиційних проєкти, а у містах Луцьк та Мукачево проєкти в туризмі взагалі відсутні. Найбільш активною у цьому напрямку є виконавча влада міста Біла Церква. Більшість проєктів економічно необґрунтовані, не містять повної вичерпної інформації про об'єкт інвестування та не стимулюють потенційного інвестора до вкладення інвестиційних ресурсів. Подібні диспропорції спостерігаються і на регіональному рівні, що знаходить своє відображення у структурі доходів та витрат суб'єктів туристичної діяльності. Фактично у всіх областях України крім Івано-Франківської, Львівської та Одеської, рівень витрат на розвиток туристичної галузі є низьким, що відповідно обумовлює і низький рівень дохідності.

Отже, в умовах дефіциту бюджетних коштів на утримання та відновлення об'єктів туристичної інфраструктури й масштабних історико-архітектурних пам'яток, таких як замки, фортеці, альтернативою є активізація місцевими органами влади роботи по залученню інвестиційних ресурсів з урахуванням вимог до належного техніко-економічного обґрунтування поданих проєктів. Вагому роль у досліджуваній проблемі відіграє багатопідпорядкованість туристичної та суміжних з нею галузей одночасно з регулярною зміною суб'єкта підпорядкування. Збільшення фінансування туристичних об'єктів має здійснюватись системно та враховувати дохідність й окупність капіталовкладень в майбутньому, що дозволить більш раціонально використовувати бюджетні кошти.

Список використаних джерел:

1. Крушинська А. В. Особливості стимулювання інвестиційної привабливості туристичних комплексів на основі їх кластеризації. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2014. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3686>.
2. Крушинська А. В., Арзянцева Д. А., Захаркевич Н. П. Інформаційно-аналітичне забезпечення бюджетно-податкового стимулювання підвищення конкурентоспроможності туристичного комплексу. *Університетські наукові записки*. 2021. № 3 (81), С.98-112.

СЕКЦІЯ 6. СОЦІАЛЬНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, ФІЛОСОФСЬКІ ТА ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Уланчук В.С., професор

Жарун О.В., доцент

Уманський національний університет садівництва

В Україні є необхідні передумови для розвитку сільського господарства, зокрема родючі ґрунти (третина світових запасів чорноземів), сприятливі агрокліматичні умови, сформовані традиції господарювання, достатня кількість трудових ресурсів. Але, маючи значні переваги для виробництва сільськогосподарської продукції, українські аграрії значно відстають від європейських за показниками врожайності, продуктивності, ефективності виробництва та забезпечення якості продукції. Сільське господарство є дотаційною галуззю в багатьох країнах. Заходи державної підтримки та фінансування сільськогосподарського виробництва в Україні не здійснюються на належному рівні, що негативно позначається на розвитку галузі та забезпеченні конкурентоспроможності виробленої продукції на внутрішньому та зовнішніх ринках[2].

Кризовий стан, в якому перебуває економіка Україна, впливає і на розвиток сільського господарства. Зменшення експорту та наповнення ринку імпортними продуктами харчування, які до того ж не завжди належної якості, негативно позначаються на діяльності вітчизняних товаровиробників. Конкурентні позиції вітчизняної сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках не є стабільними внаслідок незавершеності процесів адаптації до європейських вимог щодо якості та безпечності харчових продуктів, значних коливань цін на світовому ринку, нестійкості торговельних відносин із країнами-імпортерами. Низькі темпи техніко-технологічного оновлення виробництва, зростає рівень зношеності техніки, переважає використання застарілих технологій, збільшується вартість невідновних природних ресурсів у структурі собівартості виробництва вітчизняної сільськогосподарської продукції, зростає залежність виробництва від природно-кліматичних умов, обмежений доступ до фінансових ресурсів[1].

Активні процеси входження України в європейські та світові структури створюють можливості для розширення ринків збуту виробленої продукції, однак невідповідність її міжнародним стандартам створює перешкоди для сільгоспвиробників отримати високі прибутки від своєї діяльності. Перспективним є розвиток органічного землеробства, однак необхідна державна підтримка товаровиробників, що прагнуть вийти зі своєю

продукцією на зовнішні ринки. Негативним є зниження інвестиційних надходжень у галузь, не всі регіони є привабливими для інвесторів.

Для вирішення проблем розвитку сільського господарства необхідно вжити низку заходів[3]:

- підвищити рівень продовольчої безпеки шляхом збільшення виробництва продуктів харчування належної якості;
- встановити пільговий режим оподаткування для новостворених, малих підприємств та таких, що проводять заходи з відновлення родючості ґрунтів;
- забезпечити перехід до сталого сільського господарства та сталого розвитку сільських територій;
- збільшити експортний потенціал галузі, але за рахунок не сировини, а готової продукції з високою доданою вартістю;
- завершити проведення земельної реформи;
- зменшити енергозатратність виробництва, використовувати альтернативні джерела палива та енергії, що дасть змогу знизити собівартість виробленої продукції;
- підвищити ефективність системи управління в сільському господарстві;
- забезпечити переведення сільського господарства на інноваційні засади розвитку;
- розробити та запровадити систему страхування сільськогосподарських ризиків;
- вдосконалити фінансово-кредитну систему;
- сприяти залученню інвестицій, у тому числі іноземних, у розвиток окремих галузей рослинництва і тваринництва;
- наблизити законодавство України у сфері сільськогосподарського виробництва до міжнародних стандартів;
- на наукових засадах оптимізувати структуру землекористування;
- запобігати процесам деградації, забруднення та виснаження земель сільськогосподарського призначення, зниження їх якісних показників;
- використовувати високоврожайні сорти рослин та продуктивні породи тварин;
- збільшити внесення органічних добрив та сприяти виробництву безпечної та якісної продукції;
- надавати державну підтримку виробникам в отриманні сертифікатів якості для виходу на зовнішні ринки; забезпечити розвиток системи аграрної логістики;
- стимулювати виробництво сільськогосподарської продукції в особистих селянських господарствах;
- підтримати підприємницьку ініціативу на селі;
- гармонізувати законодавство в аграрній сфері з європейським та світовим;
- встановити систему штрафів за порушення норм землекористування;

- надавати підтримку малозабезпеченим категоріям населення для задоволення їх потреб у продуктах харчування.

Сьогодні необхідна активна позиція держави у вирішенні проблем розвитку сільського господарства, переведення його на інноваційні засади, збільшення фінансової підтримки, підвищення якості, конкурентоспроможності виробленої продукції на внутрішньому та зовнішніх ринках, забезпечення доступності продуктів харчування для всіх верств населення. Увагу слід звернути також на екологічну безпеку виробленої продукції, зниження негативного впливу на довкілля, відновлення родючості ґрунту, забезпечення сталого розвитку сільського господарства та сільських територій.

Список використаних джерел:

1. Гладій М. В., Лузан Ю. Я. Аграрні трансформації та селянські господарства в системі продовольчої безпеки України. Економіка АПК. 2020. № 5. С. 6-21.

2. Модернізація державної політики розвитку аграрної сфери України: виклики, шляхи вирішення : монографія / Гадзало Я. М., Гладій М. В., Саблук П. Т., Лузан Ю. Я. Київ : Аграрна наука, 2020. С. 379.

3. Саблук П. Т., Лузан Ю. Я. Аграрна політика та чинники її реалізації. Економіка АПК. 2019. № 10. С. 6-17.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Капінос Г. І. к.е.н., доцент,
Ларіонова К. Л. к.е.н., доцент,
Хмельницький національний університет

Глобалізація в сучасному світі чинить як позитивний, так і негативний вплив на людство. Засобом ліквідації негативного впливу є перехід на новий шлях розвитку на засадах взаєморозуміння, взаємоповаги, гармонійного існування всіх держав і націй світу як між собою, так і з природою. Перехід до нової якості економічного розвитку сприятиме виведенню України на новий рівень. Це пов'язано із залученням людського і природного капіталу в інноваційну модель, визначення соціальних і екологічних стандартів, їх суворим дотриманням. З розвитком суспільства виробництво товарів стає все більш шкідливим для навколишнього середовища та людей. Програми сталого розвитку спрямовані на зменшення негативного впливу виробництва на навколишнє середовище та покращення рівня життя людей.

Теорія сталого розвитку виникла як антагонізм парадигмі економічного зростання, яка передбачає лише екстенсивний розвиток та ігнорує проблеми в екологічній і соціальній сферах, які дуже актуальні для сучасного суспільства. Вивчення різних підходів щодо дослідження поняття «сталий розвиток» дає підстави стверджувати, що дана категорія є надзвичайно

багатогранною та неоднозначною (таблиця 1).

Таблиця 1

Трактування поняття «сталий розвиток»

Автор	Визначення
Герасимчук З. [1]	Сталий розвиток – це процес забезпечення функціонування територіальної системи із заданими параметрами в певних умовах протягом тривалого проміжку часу, що веде до гармонізації факторів виробництва та поліпшення якості життя сучасних та майбутніх поколінь за умови збереження та поетапного відтворення цілісності навколишнього середовища
Харлем Брундланд [2]	Сталим є такий розвиток, що задовольняє потреби сучасності, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольнити свої власні потреби. При цьому сталий розвиток являє собою не законсервований стан гармонії, а динамічний процес змін, у якому масштаби експлуатації ресурсів, напрям капіталовкладень, орієнтація технічного розвитку та інституційні зміни узгоджуються із нинішніми і майбутніми потребами.
Лелеченко А. [2]	Сталий розвиток – це процес якісних змін, що передбачає збалансування інтересів людини, суспільства і держави в поточному і майбутньому періодах на засадах досягнення в динаміці економічної ефективності, фінансової стійкості, економічного зростання та розвитку екологічної і соціальної підсистеми суспільства та, як наслідок, макросистем вищого рівня, з урахуванням раціональних обмежень, що накладаються національною безпекою, і впливу чинників зовнішнього середовища.
Трегобчук В. [3]	Сталий розвиток — це, насамперед, економічне зростання, за якого ефективно розв'язуються найважливіші проблеми життєзабезпечення суспільства без виснаження, деградації і забруднення довкілля
Тарасенко І. [4]	Сталий розвиток – це керований процес гармонічних, закономірних, цілеспрямованих змін, основним результатом якого є не лише економічне зростання та суспільний добробут, але й ощадне використання всіх видів ресурсів та збереження навколишнього природного середовища

Аналізуючи поняття «сталий розвиток» необхідно зазначити, що поняття «сталий» і «розвиток» суперечать один одному, оскільки «розвиток» передбачає енергію, зміни, тоді як етимологія терміну «сталий» базується на постійності та стабільності стану або певних параметрів. Отже, в даному випадку, об'єднання цих двох понять означає здатність (властивість) системи так реагувати на зміни зовнішнього середовища, щоб не лише генерувати чинники, які зумовлюють її врівноважений стан, а й забезпечувати подальший розвиток. Тобто, сталий розвиток – це спосіб організації діяльності суспільства, за якою воно зможе існувати в довгостроковій перспективі. Він має на меті досягнення соціальної та економічної справедливості, збереження навколишнього середовища та відновлення використаних природних ресурсів.

Суть сталого розвитку полягає у визначенні життєздатних схем, що враховують та збалансовують економічні, соціальні та екологічні аспекти

людської діяльності. Думка, що концепція сталого розвитку стосується лише екологічної ситуації, не правильна. Ця концепція набагато ширше, ніж просто турбота про екологію. Вона зачіпає всі сфери життя: економічну, соціальну та екологічну – тобто, екології відводиться лише третина уваги.

Основною ідеєю концепції сталого розвитку виступає пошук такого співвідношення між природокористуванням та соціально-економічним розвитком, яке забезпечить ефективне використання природних ресурсів, дасть можливість підтримувати екологічну безпеку суспільства та гарантуватиме необхідну якість життя та добробуту населення країни.

На наш погляд, головними передумовами для переходу України на модель сталого розвитку виступають: екологічно безпечне та ефективне функціонування економіки; діагностика демографічної ситуації; раціональне використання природних ресурсів; міжнародне співробітництво в сфері ефективного використання ресурсозабезпеченості. В умовах, що склалися, дана модель повинна враховувати досягнення взаємопов'язаних цілей соціальної, економічної та екологічної стійкості в державі як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Сталий розвиток держави може бути забезпечено за рахунок: гармонійного поєднання економічного, соціального та екологічного розвитку; координації зусиль всієї спільноти для досягнення встановленої мети; провідної ролі держави в забезпеченні сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук З. Еколого-економічні основи формування та реалізації регіональної політики сталого розвитку (питання методології та практики): автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка». Львів, 2002. – 47 с.

2. Лелеченко А. П. Феномен поняття «сталий розвиток» [Електронний ресурс] / А. П. Лелеченко // [Державне управління: удосконалення та розвиток](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2017_12_13). - 2017. - № 12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2017_12_13

3. Трегобчук В. Концепція сталого розвитку / В. Трегобчук // Вісник НАН України. – 2002. – №2. – С. 31-40.

4. Тарасенко І. Методологічні основи сталого розвитку підприємств легкої промисловості: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Київ, 2011. – 32 с.

МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТА ЖИТТЄЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІТ РИНКУ УКРАЇНИ

Макаренко М.Б., к.пед. н.,

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Мусієнко К.О., студентка,

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Сучасний розвиток економіки України підтверджує, що ІТ-галузь є динамічною та інноваційною галуззю. З переходом до нових економічних відносин і ринкових методів господарювання в практиці українських підприємств з'явилося поняття «банкрутство». Сьогодні банкрутство являє собою неминучий і об'єктивно обумовлений результат функціонування ринкової системи. Тому дуже важливим є огляд проблем розвитку та життєздатності підприємств ІТ ринку України.

Метою даної роботи є аналіз ІТ ринку України та дослідження тенденцій його розвитку та життєздатності. Для того, щоб досягти поставленої мети, потрібно виконати такі завдання: розглянути ознаки фінансової кризи підприємства; визначити тенденції розвитку ІТ ринку та основні методи прогнозування банкрутства підприємства.

Методологічною основою дослідження є теоретичні положення, висновки та праці українських та іноземних науковців із проблем, які пов'язані з розвитком ІТ ринку, фінансовим становищем ІТ підприємств. Для дослідження теоретичних аспектів ринку інформаційних технологій було використано методи порівняння і спостереження, аналізу та синтезу.

Ступінь теоретичного вивчення системи і заходів антикризового фінансового управління, зокрема їхнього практичного застосування наразі є не повною. Проблема дослідження сфери інформаційних технологій на підприємствах розглянута в працях багатьох вчених, таких як М. Портера, В. Гейця, В. Барінова, В. Аносова та інших. Окрему увагу виділено оцінці фінансового стану підприємства, зокрема ймовірності банкрутства. Даній проблемі присвячені наукові праці таких науковців, як: О.М. Афанасьєва, А.Ф. Крюкова, Н.Ф. Єфімова, Я.В. Зінченко Проблема антикризового фінансового управління досліджувалася в працях багатьох вчених, таких як Е. Альтмана, М. Білик, О.О. Н.В. Нікітіна, Терещенко.

В умовах переходу до інформаційної економіки передовою галуззю розвитку підприємництва стає сфера інформаційно-комунікаційних технологій. ІТ-компанії в наш час швидко розвиваються, створюючи необхідні умови для розвитку інших організацій внаслідок розробки і просування ІТ-продуктів, що дозволяють автоматизувати бізнес-процеси, підвищувати якість продукції, а також сприяють підвищенню конкурентоспроможності українських організацій на світовому ринку. Тому в сучасних умовах необхідно стежити за розвитком галузі інформаційно-комунікаційних технологій і відслідковувати всі тенденції його розвитку.

Для аналізу динамічного розвитку підприємств ІТ ринку було розглянуто різні показники діяльності, такі як кількість компаній на ІТ ринку України, їхня дохідність, робоча сила. За результатами динамічного аналізу було виявлено, що за останні 5 років кількість працівників в ІТ галузі зростає у 2,5 рази та що зараз попит на ІТ ринок є найбільшим в порівнянні з іншими галузями економіки України [1].

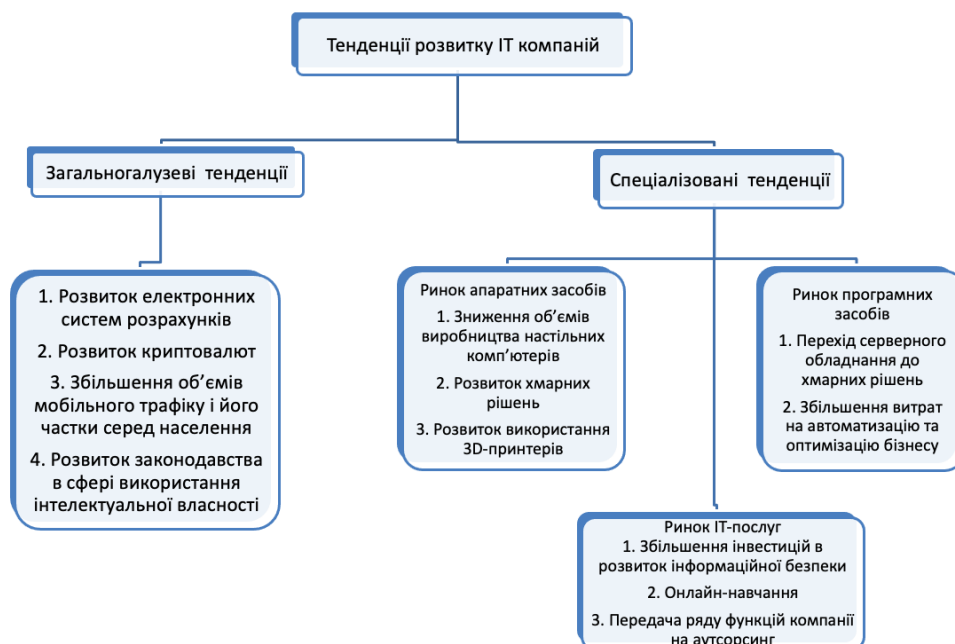


Рисунок 1 – Тенденції розвитку ІТ підприємств



Рисунок 2 – Динаміка кількості ІТ спеціалістів в Україні

Своєчасне визначення головних кризових факторів фінансового розвитку та прогнозування ймовірного банкрутства певного підприємства має проводитися заздалегідь до появи загрозливих ознак. Така оцінка і прогнозування є предметом діагностики банкрутства, що характеризує в концентрованому вигляді утримання перших трьох напрямків формування та реалізації політики антикризового фінансового управління підприємством. Зазвичай використовують експрес та фундаментальну діагностику.

Причини, що призводять підприємство до кризового стану, можуть бути різними. В одній із класифікацій представлено вісім основних причин банкрутства бізнесу: брак досвіду; нестача капіталу; невдале розташування бізнесу; неефективне використання оборотного капіталу; зайве інвестування

в фіксовані активи; погана кредитна політика; нецільове використання коштів компанії; несподіване зростання бізнесу [1]. Також додатково вказують ще дві причини: конкуренція і низькі продажі, намагається розглядати причини банкрутства, як результат впливу макро- і мікроекономічних чинників розвитку.

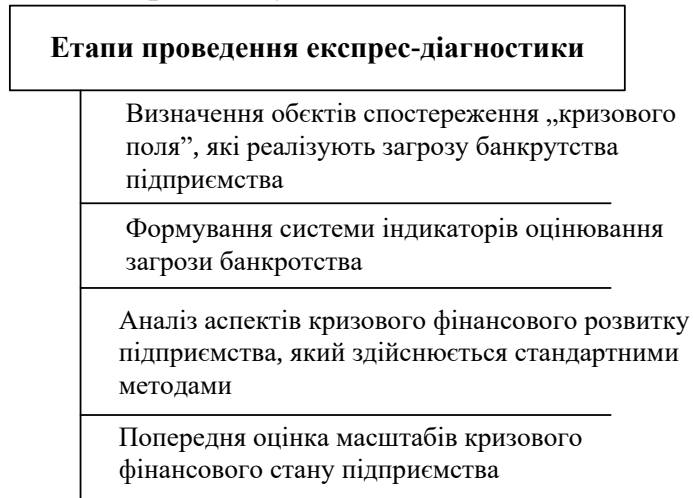


Рисунок 3 – Основні етапи здійснення експрес - діагностики банкрутства підприємства

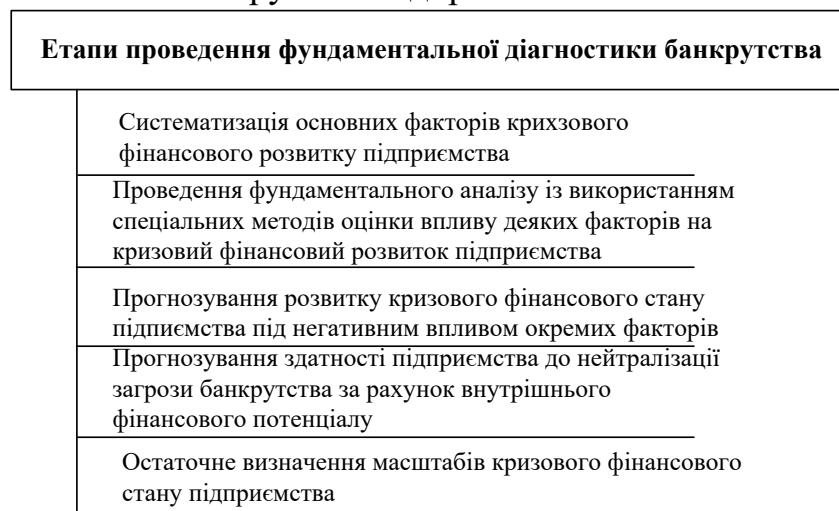


Рисунок 4 – Основні етапи здійснення фундаментальної діагностики банкрутства підприємства

Отже, ІТ-галузь є однією з найбільш перспективних, динамічних та інноваційних галузей сучасної економіки України. Головними характеристиками сучасного українського ІТ-ринку є невідповідність існуючого законодавства, нерівномірний рівень професійності кадрів, недостатня цивілізованість, непрозорість деяких процесів. Великою проблемою ІТ-галузі України є незбалансованість ринку: з одного боку, спостерігається зростаючий дефіцит професіоналів, з іншого - надлишок фахівців з недостатнім рівнем кваліфікації.

В цілому, основою для перетворення можливостей вітчизняної ІТ-галузі в конкурентоспроможний сегмент світового ринку, а також реалізації ІТ-потенціалу України є стабілізація економічної ситуації в країні. Подальший аналіз та дослідження проблем цієї галузі варто пов'язувати з

новими методологічними підходами для визначення ефективності діяльності та прогнозування рівня життєздатності та розвитку ІТ ринку.

Список використаних джерел:

1. [Майя Ярова. ІТ-ринок України](https://ain.ua/ru/2019/08/29/it-obzor-nix/) [Електронний ресурс] - 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/ru/2019/08/29/it-obzor-nix/>
2. [Макаренко М.Б. Сучасні вимоги до організації інформаційної взаємодії на підприємстві / В.В. Штукована, М.Б. Макаренко // Сучасні інформаційні технології та системи в управлінні \[Електронний ресурс\] : Зб. матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів і студентів, 19–20 квітня 2018 р.:— Київ: КНЕУ. — 2018. — С. 261 — 262](#)
3. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств [Електронний ресурс] - 2012. – Режим доступу до ресурсу: [http://kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/64.pdf](http://kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/64.pdf)
4. Методология моделирования жизнеспособных систем в экономике: монография / [Ю.Г. Лысенко, В.Н. Тимохин, Р.А. Руденский и др.]. — Донецк: ЮгоВосток Лтд, 2009. — 350 с.
5. Сутність «життєздатності підприємств» як економічної категорії підприємств [Електронний ресурс] - 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/1932/1/Andryushchenko_The%20essence_of_the.pdf

РИЗИКИ ТА НЕБЕЗПЕКИ СМАРТФОНОВОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ ДЛЯ ЗДОРОВ'Я ДІТЕЙ ТА ПІДЛІТКІВ

Вайда Т.С., кандидат педагогічних наук, доцент, кафедра спеціальної фізичної та вогневої підготовки Херсонського факультету, Одеський державний університет внутрішніх справ

Сучасні електронні гаджети завдяки своїм функціям роблять життя людини будь-якого віку більш комфортним, змістовно й емоційно насиченим. Разом з тим, тривале користування смартфонами може призводити до психологічної залежності, котра обумовлює низку проблемних ситуацій в житті особи. У сучасних умовах використання словосполучення «смартфенова залежність» часто асоціюється із негативною характеристикою поведінки особи, оскільки більшість людей в нашому суспільстві усвідомлює, що тривале користування гаджетами негативно позначається на стані здоров'я його власника, тягне за собою негативні наслідки щодо зміни стилю життя особи в цілому, її міжособистісної поведінки (спілкування) та спричинює виникнення небезпечних ситуацій в побуті (на роботі, на вулиці тощо). Таким чином вказані характеристики залежності від мобільних телефонів є своєрідними ознаками, на нашу думку, масової девіантної поведінки (*відхильної поведінки*) багатьох осіб, під котрою

розуміємо поведінку індивіда або групи, яка не відповідає загальноприйнятим (тобто безпечним) нормам, внаслідок чого відбувається їх порушення, що спричинює виникнення проблемних ситуацій для людини чи інших осіб) [1; 2].

Тому існування ризиків і небезпек для фізичного та психічного здоров'я дітей та підлітків внаслідок виникнення в них залежності від користування сучасними гаджетами (смартфонами), їх негативний вплив на когнітивні якості і успішність учнів та запобігання створенню проблемних ситуацій в їх житті зараз розглядається як актуальна проблема.

Серед ризиків для особи визначено такі: 1) зниження концентрації і здібностей; 2) погіршення зору; 3) порушення сну і поява депресії; 4) виникнення негативних наслідків для здоров'я користувача (відтермінована шкода здоров'ю; ризик захворювання діабетом, резистентність до інсуліну; поява жирових відкладень; зменшення щільності кісток) [3].

До основних способів протидії цій психічній девіації можна віднести: 1) зменшення часу на користування гаджетом; 2) застосування тільки необхідних (важливих для особи) додатків смартфона; 3) організація змістовного дозвілля дітей (залучення до практично орієнтованих занять у спортивних секціях, гуртках за інтересами, участь у позакласних заходах тощо); 4) врахування батьками вікових обмежень при наданні дозволу дитині щодо користування смартфонами, контроль часу проведення з ними; 5) мінімізація батьками часу щодо користування дітьми гаджетами під час дозвілля; 6) зменшення кількості розміщених в будинку (квартирі) гаджетів за умови забезпечення інших способів контролю за поведінкою дитини, гарантування її безпеки в інтернет-просторі.

Для зменшення часу на користування гаджетом в iOS існує функція «Екранний час», а в Androidi – «Цифрове благополуччя», які дозволяють отримати контроль над гаджетом за рахунок перевірки часу використання самого пристрою, застосунків і встановлення часового відрізка, під час котрого воно працювати не буде. Користувачеві варто навести порядок в додатках свого смартфона (прибрати зайві, які тривалий час не використовуються), відключити повідомлення або вібрацію з метою зменшення негативного впливу на нервову систему. Багато осіб використовують смартфон замість будильника – краще придбати справжній будильник, а смартфон на ніч прибирати подалі.

Щоб весь вільний час дітей не витрачався на смартфон, дітей легко захопити якимсь іншим заняттям: записати у спортивні секції, рекомендувати відвідувати гуртки за інтересами або з метою підвищення успішності – додаткові позакласні заняття, участь у позакласних виховних і культурно-масових заходах тощо.

Батькам доцільно забирати у дітей гаджети під час прогулянок на свіжому повітрі (сімейних культпоходів в театр чи кінотеатр, зоопарк, виставки тощо) або виходити на вулицю для спілкування з товаришами без

них. Вміле контролювання часу використання смартфоном – запорука здоров'я дітей та їх успіху у навчанні.

Вченими (наприклад, американська педіатрична академія) рекомендується враховувати вікові обмеження при користуванні дітьми смартфонами взагалі та тривалості часу проведення з ними зокрема: не давати гаджети в руки дитині молодшій 18 місяців; обмежувати час перегляду мультиків для дітей віком від 18 до 24 місяців; дозволяти дітям від 2 до 5 років користуватися електронними засобами по 1 годині на день [3].

Батьки, що працюють, повинні сприймати стан щодо відсутності смартфонів, планшетів, телевізорів тощо чи їх мінімальної кількості в будинку (квартирі) як належне за умови забезпечення інших способів контролю поведінки дитини (зворотній зв'язок з вихователями, вчителями, членами сім'ї тощо), її безпеки в інтернет-просторі (боулінг онлайн, повідомлення з прямими загрозами тощо).

Список використаних джерел

1. Девіантна поведінка. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%B2%D1%96%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%B0_%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0 (дата звернення: 30.04.2022).
2. Наскільки шкідливі гаджети для дітей? URL: <http://internetua.com/naskilki-shkidlivi-gadjeti-dlya-ditei-> (дата звернення: 06.05.2022).
3. Тоюо Keizai (Японія). «Смартфоновые мозги» – новая опасность 21 века. URL: <https://novosti-n.org/analitic/-Smartfonovie-mozgy-novaya-opasnost-21-veka-4359> (дата доступу: 21.04.2022).

ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ JAVASCRIPT FRAMEWORKS

Євстаф'єв С.М., студент 31-кн групи

Науковий керівник – к.е.н. **Миколайчук Я.Л.**

Уманський національний університет садівництва

За останній час використання фреймворків набули великої популярності, і стали базовою платформою для створення WEB-додатків. Популярність JavaScript (JS) продовжує зростати. У 2017 року в IBM його називали одним з найперспективніших мультипарадигмених мов програмування в наші дні. Він використовується і на стороні клієнта, і на стороні сервера, допомагаючи створювати прості і зручні інтерфейси, функціонал у JavaScript дуже величезний. Також необхідно відзначити й те, що область його застосування не обмежується жорстко – JS використовується в додатках для ПК, мобільних пристроїв і навіть серверів.

Завдання розробника полегшується в рази за рахунок використання JavaScript frameworks – наборів бібліотек JS коду. Це щось на зразок шаблонів, створених для вирішення найбільш часто зустрічаються в програмуванні задач. JavaScript frameworks звільняють програмістів від рутинних дій, економлять час і дають готовий оптимальний код для вирішення типових задач.

Серед найбільш популярних є так звані компонентні фреймворки: React, Angular і Vue.js. React зберігає лідерство в рейтингу задоволеності технологіями. Серед нововведень – Hooks API прийшли на зміну класів. Класи все ще працюють, але «хуки» – набагато краще. Ці та інші нововведення, такі як, поліпшення підтримки код-сплітінга і паралельного рендеринга, роблять його практично непереможним. На сьогоднішній день React – без сумнівів найбільш доброзичливий фреймворк у всій екосистемі.

Використовуються наступні метрики для оцінки:

- Тренди пошуку Google. Не самий кращий показник, але підходить для більш широкого поняття.
- Число скачувань. Як спосіб оцінки кількості реальних користувачів через дію, яку вони виконують, використовуючи фреймворк.
- Вакансії на Indeed. Використовуючи ту саму методику, що і в попередні роки для збереження послідовності.

Тренди пошуку Google. По пошуковим запитам React обігнав Angular в жовтні 2016 і зберігає лідерство по цей день. Vue.js став займати видиму, але все ще відносно незначну позицію.



Рис.1. Пошукові запити по фреймворкам (березень 2014 – травень 2022)

Число скачувань:

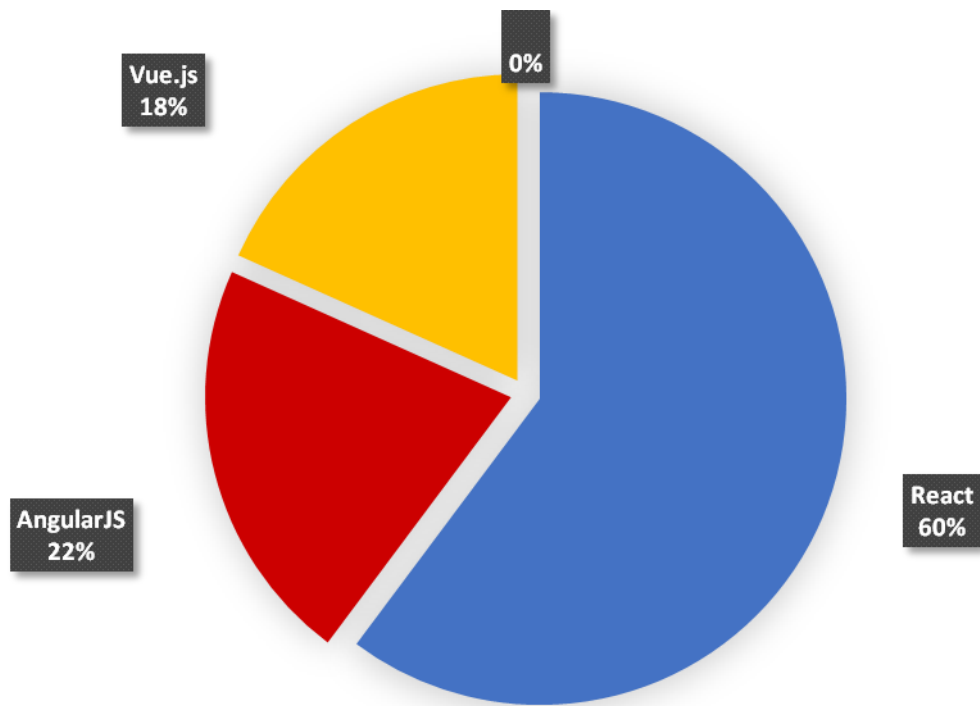


Рис.2. Діаграма результатів скачувань в місяць (березень 2014 – травень 2022)

Отже, можна відзначити наступні переваги Javascript Frameworks:

- ефективність – коефіцієнт корисної дії (ККД) розробки зростає за рахунок використання шаблонів;
- безпека – популярні Javascript Frameworks мають непогані механізми забезпечення безпеки. Вони підтримуються великими ІТ спільнотами, члени яких часто виступають в ролі безкоштовних тестерів;
- вартість – вартість розробки знижується. Багато Javascript Frameworks поширюються безкоштовно, вони економлять час створення додатків, а це знижує їх вартість.

Як висновок, можна сказати, що використання програмного забезпечення JavaScript frameworks відкриває широкі перспективи для більш простого і ефективного створення веб-додатків, що в свою чергу може бути широко використано для полегшення ведення підприємницької діяльності, науково-дослідницької роботи, державного управління, так і в освітніх процесах.

ПРОБЛЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ МЕТОДАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Концеба С.М., к.е.н., доцент

Ліщук Р.І., к.т.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Питання прогнозування економічних процесів стоять досить гостро в періоди нестійкого економічного стану виробництва сільськогосподарської продукції. Застосування методик інтелектуального аналізу даних дозволяє підвищити ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах за рахунок оптимального управління запасами, доходами, витратами. Зростання ролі прогнозування розвитку виробництва сільськогосподарської продукції зумовлено ускладненням управлінських функцій в умовах динамічної й нестабільної ситуації як у зовнішньому середовищі, так і на самому ринку (поведінка фермерських господарств, які суттєво впливають на ринкову ситуацію, експорт-імпорт, особливо в умовах відкритості ринку, тінізація економіки тощо). Поряд з тим виробництво і реалізація сільськогосподарської продукції в Україні займає значну частку в економіці країни, тому використання методів інтелектуального аналізу для прогнозування показників діяльності підприємств агропромислового комплексу є актуальною.

Проблеми прийняття рішень в економічних системах на основі прогнозування показників з використанням методів інтелектуального аналізу даних розглянуто у роботах вітчизняних авторів. Р.О. Петров, О.Я. Кучерук [1] прогнозуючи терміни продажу товарів, звертають увагу на те, для прогнозування продажів найчастіше використовуються класичні методи аналізу часових рядів та дерева рішень. П. І. Бідюк, С.М. Савченко, А.С. Савченко [2] визначили переваги методів інтелектуального аналізу та їх комбінацій (гібридні методи ІАД) для прийняття раціональних рішень в системі управління та прогнозування конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств. Група вчених Г. Чорноус, С. Рибальченко [3], П.І. Бідюк, А.В. Федоров [4], Л.О. Коршевнік О.Ю. [5] Берзлев, М.М. Маляр, В.В. Ніколенко [6, 7] застосовують методи інтелектуального аналізу даних для прогнозування процесів ціноутворення, біржових показників, оцінювання фінансових ризиків.

Значно менше уваги звертається вченими на використання методів інтелектуального аналізу даних для прогнозування показників діяльності підприємств агропромислового комплексу. В.Д. Кишенько, М.А. Сич [8] зазначають, що інтелектуальний аналіз даних, а саме часові ряди, дозволяє визначити стан технологічного комплексу цукрового заводу, зробити висновок про якість його функціонування, дати рекомендації з пошуку і усуненню проблемних ситуацій. І.І. Глаголева, А.Ю. Берко [9] вважають,

метод інтелектуального аналізу даних на основі прогнозування часових рядів для земельного кадастру дає змогу аналізувати дані та прогнозувати майбутні значення показників використання земельних ресурсів.

Питання прогнозування виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах із використанням часових рядів є недостатньо вивченим, залишається дискусійним і потребує подальших досліджень.

Програмне забезпечення WEKA для прогнозування за допомогою часових рядів використовує наступні методи: лінійної регресії, Gaussian Process Regression (метод Гауса), SMOreg алгоритм (алгоритм реалізації методу опорних векторів (SVM) для регресії) та Multilayer Perceptron (штучні нейронні мережі, що використовують просту модель персептрона). Для оцінки точності моделей у програмі WEKA за замовчуванням ї обчислюються середня абсолютна похибка (MAE) і середньоквадратична похибка (RMSE), але для більш точного обчислення ефективності алгоритму навчання в наборі даних додатково використовують обчислення показників середньої абсолютної похибки у відсотках (MAPE). Дослідження прогнозування економічних показників в програмному забезпеченні WEKA дозволять зробити висновки, що нелінійні моделі значно краще справляються із задачею прогнозування, ніж лінійні моделі.

Список використаних джерел

1. Петров Р.О., Кучерук О.Я. Прогнозування термінів продажу товарів методами інтелектуального аналізу даних. Актуальні проблеми комп'ютерних наук. 2019. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/7933/1/APKN-2019_%28v_2_0%29-156-158.pdf (дата звернення 20.04.2022).
2. Бідюк П.І., Савченко С.М., Савченко А.С. Методи інтелектуального аналізу даних в прогнозуванні конкурентоспроможності підприємств. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/61/48> (дата звернення 20.10.2020).
3. Чорноус Г., Рибальченко С. Оптимізація ціноутворення на основі моделей інтелектуального аналізу даних. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2015. №7 (172). С. 52 - 58.
4. Бідюк П.І., Федоров А.В. Ймовірнісне прогнозування процесів ціноутворення на фондових ринках. Системні дослідження та інформаційні технології. 2009. №1. С. 65 - 73.
5. Коршевнюк Л.О., Бідюк П. І. Інформаційно - аналітична система для адаптивного прогнозування фінансових процесів та оцінювання ризиків. Наукові праці. Комп'ютерні технології. 2013. Випуск 201. Том 213. С. 59 - 62.
6. Берзлев О.Ю., Маляр М.М., Ніколенко В.В. Адаптивні комбіновані моделі прогнозування біржових показників. Вісник Черкаського держ. технолог. ун-ту. Серія: технічні науки. 2011. № 1. С. 50-54.
7. Берзлев А.Ю. Оценка эффективности прогнозирования и принятия решений на финансовом рынке. «Problems of Computer Intellectualization»,

V.M. Glushkov Institute of Cybernetics of NAS of Ukraine. Kyiv-Sofia: ITHEA, 2012. С. 249-257.

8. Кишенько В.Д., Сич М.А. Інтелектуальний аналіз в задачах прогнозування тенденцій розвитку технологічного комплексу цукрового заводу. Цукор України. 2016. № 6-7 (126-127). С. 36-40.

9. Глаголева І.І., Берко А.Ю. Застосування методів інтелектуального аналізу даних для прогнозування використання земельних ресурсів. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/VNULPICM_2013_770_20.pdf (дата звернення 20.04.2022).

ЕКОНОМІКО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Кучинський В.А., к.е.н., доцент

Ткачов М.М., к.е.н., доцент

Перерва П. Г., д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Суспільство та економіка швидко змінюються, оскільки традиційні бізнес-моделі трансформуються в цифрову форму, а цілі галузі перевертаються з ніг на голову. І державний, і приватний сектор відзначають цифрові інновації, ефективність і гнучкість, але потенційні ризики також можуть чекати попереду.

Нинішні ризики варіюються від зловживання інтелектуальною власністю або даними пацієнтів, до цифрового шахрайства в банківських установах, до хакерів, які атакують енергетичні мережі, і кібертерористів, які паралізують державні установи. Ці ризики вже існують [1, 3, 8, 12]. Загрози настільки серйозні, що світові лідери вже підготувалися правові та економічні заходи щодо боротьби з кібератаками на свої країни в рамках колективної оборони.

Щоб збалансувати ці ризики, уряди та установи вже ухвалюють закони для правового захисту економічних інтересів та громадськості. Обробка даних, наприклад, вже є сферою ретельного вивчення. Під час цієї цифрової трансформації інтереси бізнесу для швидкого розширення необхідно збалансувати з інтересами споживачів і суспільства в цілому. Саме тут регулювання може порушити або зупинити ці нові бізнеси та бізнес-моделі.

Цифрові технології є основним драйвером розвитку та можливостей у багатьох галузях і секторах: підключені автомобілі змінюють автомобільну промисловість, розумні мережі революціонізують енергетичний сектор, eHealth перетворює сучасну охорону здоров'я, мобільні платежі підривають роботу банків, великі дані пропонують страховикам безпрецедентні можливості, Інтернет-магазини все ще не досягли своєї вершини, цифрові медіа тепер домінують у комунікації, а державний сектор, під тиском

надавати цифрові послуги, починає працювати як електронний уряд [1, 5, 9, 13].

Не тільки процеси були оцифровані, але й цілі цифрові платформи та продукти вийшли з цифрової економіки, оскільки компанії та організації отримують вигоду від підвищення ефективності та зниження операційних витрат [1, 14]. Цифровий фактор на світовому ринку також привабливий для споживачів, які користуються майже миттєвим доступом до продуктів і послуг. Коротше кажучи, сучасна економіка має цифрове серцебиття.

Цифрова економіка демонструє певні ознаки того, що йде шляхом певної заміни всієї світової банківської системи. Працюючи в царині нових інструментів, продуктів і послуг, цифрові фірми, що працюють у чистому вигляді, створюють нові бізнес-моделі, щоб кинути виклик традиційним гравцям, які шукають прибуток [1, 7, 11]. Чи може ця нова цифрова екосистема стати жертвою регулювання або надмірного регулювання так само, як це вплинуло на інші галузі раніше, і чи можна було б реорганізувати цифрову економіку? Які наслідки це може мати для бізнесу та споживачів?

Європейська комісія прогнозує, що єдиний цифровий ринок може створити додаткове зростання на суму до 415 млрд. євро та створити 3,8 мільйона робочих місць у Європі. Простіший доступ до цифрових товарів і послуг принесе користь підприємствам і споживачам по всій Європі [1, 2, 14]. Для того, щоб це стало реальністю, необхідні покращення безпеки даних та інформації, а також єдиний закон, застосовний до всіх країн. Тільки тоді люди можуть бути захищені від різних загроз, які створює цифрова економіка. Це також стосується хмарних послуг, які необхідно стандартизувати в усіх країнах.

Прихильники єдиного цифрового ринку також закликають до створення нової телекомунікаційної структури для підприємств, щоб покращити координацію частот, а також до більш сучасних, уніфікованих правил щодо авторського права в ЄС, щоб споживачі могли легко отримати доступ до цифрового контенту, а підприємства були захищені. Зменшення навантаження на адміністративні процеси дозволить стартапам швидше реалізовувати інноваційні ідеї.

На наш погляд, немає панацеї для ручного регулювання нових цифрових тенденцій та гравців. Однією з ключових проблем є те, що технології розвиваються швидкими темпами, а законодавство завжди знаходиться під загрозою відставання. У цьому контексті підприємства можуть принести необхідні ноу-хау цифрової економіки для сталого регулювання – регулювання, яке врівноважує інтереси підприємств з інтересами споживачів і суспільства.

Список використаних джерел:

1. Could regulation put the brakes on the digital economy? [Electronic resource]. URL: <https://www.bearingpoint.com/en/insights-events/insights/could-regulation-put-the-brakes-on-the-digital-economy>

2. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
3. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
4. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
5. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, В. І. Борзенко, Т. О. Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
6. Kocziszky G., Kobielieva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
7. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
8. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
9. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
10. Kosenko O.P., Kobielieva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kobleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolz University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.
12. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
13. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

СИСТЕМА РАДІОЧАСТОТНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ РУХОМИХ ТВАРИН НА ОСНОВІ ПАСИВНИХ ТРАНСПОНДЕРІВ

Ліщук Р.І., к.т.н., доцент

Концеба С.М., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Кулаков П.І. д.т.н., професор

Вінницький національний технічний університет

Можливість радіочастотної ідентифікації рухомих та нерухомих тварин зумовлена радіопрозорістю неметалевих перешкод (шкіра і тканини тварини, вода і пластикові деталі). Але, внаслідок певних технічних та біологічних факторів, кількість помилок ідентифікації у таких системах досить велика. Виходячи з цього, подальше вдосконалення систем радіочастотної ідентифікації тварин з пасивними транспондерами є актуальним завданням.

На рис. 1 наведено структурну схему системи радіочастотної ідентифікації на основі пасивних транспондерів. Будь-яка система радіочастотної ідентифікації має у своєму складі три основних складових частини: ЗТ (який ще називають рідером), один або декілька транспондерів (які ще називають ідентифікаційними мітками або тегами), радіоінтерфейс для забезпечення обміну даними між ЗТ та транспондером. До складу ЗТ входить мікроконтролер з відповідним програмним забезпеченням, та трансивер, на основі якого реалізується апаратне забезпечення радіоінтерфейсу.

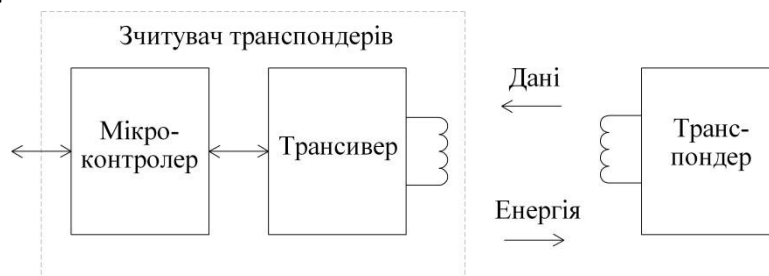


Рисунок 1 – Узагальнена структурна схема системи радіочастотної ідентифікації на основі пасивних транспондерів.

Мікроконтролер здійснює передачу даних про результат ідентифікації до зовнішніх пристроїв, забезпечує управління трансивером, здійснює необхідні перетворення коду транспондера, отриманого від трансивера, контролює достовірність даних та здійснює їх буферизацію.

Для ідентифікації тварин у доїльно-молочних відділеннях тваринницьких ферм в переважній більшості випадків використовуються транспондери і трансивери з рамковими антенами. Ці антени є складовою частиною коливальних контурів, що налаштовані на однакову резонансну частоту, значення якої складає 134 кГц [1]. Конструктивно, пасивні транспондери для ідентифікації тварин являють собою монолітні герметичні вироби, які закріплюються на тварині [2]. В середині них знаходиться котушка індуктивності, яка виконує функцію рамкової антени, пасивні та активні

елементи, мікроконтролер. В пам'ять мікроконтролера транспондера у процесі його виробництва записується унікальний код. Пасивні транспондери працюють за рахунок енергії електромагнітного поля, що надходить від ЗТ коли транспондер знаходиться у його робочій зоні. Рівень цієї енергії повинен мати достатню величину, щоби забезпечити живлення електронних компонентів транспондера та передачу даних від транспондера до ЗТ. Транспондер генерує у відповідь на запит ЗТ власний пакет даних з унікальним цифровим кодом. Цей пакет надсилається радіопередавачем транспондера за допомогою його антени, тобто у пасивному транспондері одна і та сама антена використовується як для отримання енергії, так і для передачі даних до ЗТ. У ЗТ також одна і та сама антена використовується для передачі енергії до транспондера та отримання від нього даних.

Отже, код транспондера зчитується ЗТ та передається до сервера інформаційно-вимірювальної системи параметрів технологічного процесу виробництва коров'ячого молока. Сервер на основі отриманого коду транспондера та за допомогою відповідної бази даних визначає номер тварини у стаді або групі.

Список використаних джерел

1. ISO 11784/85. Radio frequency identification of animals / International Standard Organization. – Режим доступу : <http://www.iso.org>.
2. Domdouzis, K. Radio-frequency identification (RFID) applications: A brief introduction / K. Domdouzis, B. Kumar, C. Anumba // Adv. Engineering Informatics. – 2007. – P. 350–355.

МІГРАЦІЙНІ ВТРАТИ НАСЕЛЕННЯ ВНАСЛІДОК ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

Коротєєв М.А., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

У довоєнний час Україна внаслідок високих темпів депопуляції та старіння населення швидкими темпами наближалася до демографічної кризи. Починаючи із 1993 р., коли було зафіксовано найвищу чисельність наявного населення 52 244,1 тис. осіб вона невпинно скорочувалась і на 1 січня 2022 р. становила 41 167,3 тис. осіб, або зменшилась на понад 11 млн. осіб [1]. Повномасштабне військове вторгнення росії, що почалася 24 лютого 2022 р. призвела до катастрофічних наслідків у процесах формування чисельності населення України. Окрім прямих демографічних втрат, внаслідок загибелі захисників України та мирних мешканців, які на даний час оцінити не можливо, значних масштабів набули міграційні втрати та можна прогнозувати істотні непрямі демографічні втрати через відкладення народжуваності внаслідок війни.

За даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців, від початку війни станом на 15 травня з України виїхало 6 223 821 осіб [2].

Значних втрат завдає також примусова депортація українців до росії. За даними уповноваженого Верховної ради з прав людини Людмили Денісової за час від початку війни понад 1185 тис. наших громадян, серед яких понад 200 тис. дітей, вивезено на територію російської федерації [3]. Це грубе порушення норм міжнародного гуманітарного права і є воєнним злочином відповідно до Женевських конвенцій та Римського статуту Міжнародного кримінального суду.

Основу виїжджаючих з України – 90% складають жінки та діти. З метою забезпечення обороноздатності України виїзд чоловіків призовного віку, за окремими винятками, було заборонено. Найбільш інтенсивним був виїзд українців за кордон наприкінці лютого одразу після початку війни та у березні місяці, коли з України виїхало 3,4 мільйона людей [2]. Так, 6 березня кордон перетнули 210 526 осіб, що є найбільшим показником за один день. В подальшому темпи міграції українців за кордон суттєво сповільнилися, і за 15 днів травня кількість вибулих становить 646,2 тис. осіб [2].

Найбільша кількість біженців з України за період з 24 лютого до 15 травня 2022 року виїхала до Польщі – 3 358,0 тис. осіб, Румунії – 919,6 тис. осіб, Угорщини – 605,6 тис. осіб, Молдови – 463,4 тис. осіб та Словаччини – 421,7 тис. осіб [2]. Ці країни, що межують з Україною, для багатьох біженців стали транзитними для переїзду до інших держав Європи: Німеччини, Чехії, Італії, Австрії, Іспанії, Португалії Франції, країни Балтії тощо. Невелика частина українців переселилась за межі європейського континенту. Через відсутність обов'язкового прикордонного контролю, оцінку кількості вимушених переселенців з України які перебувають у різних країнах ЄС можна провести досить наближено. Так, за даними оператора мобільного зв'язку «Київстар» у Польщі перебуває 35% українських мігрантів, Німеччині – 15%, Чехії – 7%, Італії – 5%, Молдові та Румунії – по 2% [4].

З вдячністю варто відзначити, що країни ЄС виявили неабияку солідарність та підтримку громадянам України. Оперативно на законодавчому рівні було врегульовано питання з надання тимчасового притулку особам, які виїхали з України 24 лютого 2022 року або пізніше. Такі особи отримують право перебувати в країнах ЄС впродовж одного року з можливістю подальшого подовження цього терміну до трьох років. Вони мають право на працевлаштування, повноцінний доступ до системи охорони здоров'я, освіти, одержання соціальної допомоги, мають можливість вільного пересування в межах Шенгенської зони, так і виїзду в Україну з можливістю наступного повернення без втрати вказаних прав. Схожі можливості для переселенців окрім країн ЄС надають Норвегія та Швейцарія. Спеціальні програми для біженців з України запроваджено у Великобританії, США, Канаді, Австралії, Японії та інших державах.

Повернулися до України з-за кордону станом на 15 травня понад 1, 6 млн. осіб від початку війни за даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців [2]. Однак, за даними опитувань Міжнародної організації

з міграції ООН лише близько 190 тис. осіб серед осіб, що повернулися до місця звичного проживання, зазначили, що повернулися з-за кордону [5]. Така розбіжність пояснюється тим, що офіційна статистика перетинів кордону не обов'язково відображає кількість осіб, що повернулися. Вона охоплює й інші види переміщення, а також повторні в'їзди та виїзди. Ці потоки можуть мати маятниковий характер, враховуючи, що ситуація лишається украй нестабільною й непередбачуваною.

За результатами опитування Центру Разумкова проведеного на пунктах перетину державного кордону в Закарпатській області у другій половині березня встановлено, що: 79,2 % біженців хочуть повернутися в Україну після закінчення війни, проте близько 10 % не мають таких намірів, а 11 % не визначилися з відповіддю [6]. Хоча на думку експертів до оцінки таких настроїв українців варто ставитися обережно – респонденти досить часто керуються емоціями. Тобто, це більш ймовірно свідчить про патріотичний настрій та віру в майбутнє України [7]. Так, за результатами опитування проведеного Міжнародною організацією з міграції у Словаччині 32% українських біженців не має таких намірів повернутися в Україну [8]. Подібні результати одержані соціологами Варшавського університету, кожен третій з опитаних біженців в Україні виявив бажання довготривалого перебування в Польщі [9].

Варто очікувати, що зі збільшення тривалості перебування за кордоном ризику міграційних втрат Україною частини населення будуть рости. Особливо болісними ці втрати будуть тому, що формуватимуться вони переважно за рахунок економічно активного, освіченого, молодого населення.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Refugees Operational Data Portal by UNHCR [Електронний ресурс] : URL: <https://data2.unhcr.org/en/situations/ukraine>
3. Через фільтраційні табори депортовано майже 1,2 млн осіб – омбудсмен [Електронний ресурс] : URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4476455-cherez-filtratsiini-tabory-deportovano-maizhe-12-mln-osib-ombudsmen>
4. У "Київстарі" фіксують повернення українців додому [Електронний ресурс] : URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/05/16/687089/>
5. Звіт про внутрішнє переміщення в Україні. Опитування загального населення, раунд 4, 3 травня 2022 року. [Електронний ресурс] : URL: <https://displacement.iom.int/reports/zvit-pro-vnutrishne-peremischennya-v-ukraini-opituvannya-zagalnogo-naselennya-raund-4-3>
6. Українські біженці: настрої та оцінки (березень 2022 р.) / Разумков Центр [Електронний ресурс] : URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/ukrainski-bizhentsi-nastroi-ta-otsinky>

7. Після війни: чи планують українці повертатись назад з країн ЄС [Електронний ресурс] : URL: <http://businessua.com/finance/76689pislya-viini-chi-planuyut-ukrainci-povertatis-nazad-z-krain-es.html>

8. Displacement patterns, needs and intentions survey / IOM Slovakia URL: [Електронний ресурс]: https://displacement.iom.int/sites/default/files/public/reports/IOM_SVK_Displacement_Surveys_09-30.03.2022_final.pdf

9. Zymnin A. Raport specjalny «Uchodźcy z Ukrainy w Polsce» [Електронний ресурс] : URL: <https://ewl.com.pl/raport-specjalny-uchodzcy-z-ukrainy-w-polsce/>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ У СОЦІАЛЬНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ

Нестерчук Ю.О., д.е.н., професор

Улянич Ю.В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Бутко Н.В., к.е.н., доцент

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

Для розвинутих країн світу характерне проникнення діджиталізації в усі сфери життя суспільства. Масштабне поширення технологій зумовлює зменшення частки традиційної економіки поряд із діджиталізацією.

Термін «діджиталізація» прийшов до нас зі США від слова digitalization, що перекладається, як оцифровування.

С. Король [1] визначає термін «діджиталізації» в контексті передбачення створення системи збору, зберігання й аналізу даних, оптимізації пошуку інформації з використанням Інтернету, обробки великих масивів даних, застосування штучного інтелекту, Інтернету речей у виробництві та ін. А. Гуренко [2] розглядає процес використання цифрових технологій з одночасним поліпшенням системи обслуговування клієнтів.

Більшість держав намагаються дотримуватись курсу діджиталізації, серед яких і Україна. З цією метою у вересні 2019 року було створене Міністерство цифрової трансформації.

Під поняттям «діджиталізація» у соціальному забезпеченні розуміють процес систематизації, використання, обробки інформації у цифровий формат із метою вдосконалення обслуговування споживачів у середовищі захисту громадян.

На сьогодні до ТОП-10 глобальних викликів, які ставить перед соціальним забезпеченням цифрова економіка, належать:

- ✓ ліквідація розриву в охопленні соціальним захистом;
- ✓ нерівність протягом всього життя; старіння населення;
- ✓ працевлаштування молодих працівників; ринки праці і цифрова економіка;

- ✓ охорона здоров'я і довгостроковий догляд;
- ✓ нові ризики, потрясіння, екстремальні події; захист робітників-мігрантів;
- ✓ технологічні зміни;
- ✓ більш високі очікування суспільства.

Як показує практика, основними видами інформаційних технологій, які розвиваються у сфері соціального забезпечення, є:

- 1) Інтернет-технології, які ґрунтуються на використанні Інтернет-ресурсів сфери соціального забезпечення;
- 2) відповідне програмне забезпечення, тобто автоматизовані інформаційні системи і бази даних, які використовують фахівці і клієнти органів соціального захисту та забезпечення населення;
- 3) технології масових комунікацій соціального спрямування, а саме: друковані ЗМІ, засоби теле- і радіомовлення, зовнішня реклама та ін.;
- 4) навчальні інформаційні технології.

В цілому на розвиток діджиталізації в Україні впливає:

- ✓ поява новітніх цифрових технологій, формування нових потреб та запитів споживачів;
- ✓ створення нових цінностей, властивостей товарів, зміна умов конкурентного середовища;
- ✓ поступове удосконалення законодавчої бази, що зосереджується на інфраструктурному розвитку мобільних телекомунікацій, цифрового телебачення, систем обчислень, візуалізації та збереженні даних.
- ✓ вдосконалення інструментів кібербезпеки.

За останні п'ять років інтерес до категорії діджиталізація значно зріс, особливо поточного року, що свідчить про своєчасність і необхідність її впровадження в усіх сферах життєдіяльності.

Таким чином, сьогодні не можна говорити про реформування соціального забезпечення без широкого системного впровадження інформаційних технологій в цілому і діджиталізації зокрема на всіх рівнях і секторах, чого не можна досягнути без державної підтримки.

Список використаних джерел:

1. Король С. Діджиталізація економіки як фактор професійного розвитку *Modern Economics*. Випуск №18, 2019 р. С.67-73. URL: <http://217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/6619/1/korol.pdf>

2. Gurenko, A.V. and Gaschutina, O.E. (2018), "The directions of the management systems development in the conditions of business digitalization of business in Ukraine", *Economy and Society*, no.19, pp.739–745.

ТРАНСАКЦІЙНІ ВИТРАТИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Ткач Вікторія Олександрівна

студентка 4 курсу факультету фінансів та обліку
спеціальності облік та оподаткування¹

Державний торговельно-економічний університет

Муковіз Василь Степанович

Кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування

Державний торговельно-економічний університет

Перехід вітчизняної економіки у формат ринкових відносин поставив перед суб'єктами господарювання цілий ряд питань, які свідомо чи ні замовчувалися, або їх вивченню не приділялась належна увага. До таких ключових питань можна віднести і вплив на економіку суб'єктів господарювання трансакційних витрат, які напряду не пов'язані із зміною об'єму продукції, виконаних робіт та наданих послуг та сучасна методологія обліку не може їх врахувати під час прийняття управлінських рішень. Ці витрати відрізняються від технологічних витрат, що фіксуються методологією обліку тим, тим що вони пов'язані із чинниками які пов'язані із функціонування інституційного поля країни та особливостями культури (релігія, мова, традиція, історія). Тож, вивчати облік витрат забуваючи про трансакційні витрати все одно що вивчати фізику у вакуумі: так, це можна робити, але це матиме мало спільного з реальним життям.

Найчастіше трансакційні витрати поділяють на наступні три основні груп:

- витрати пошуку інформації;
- витрати пов'язані з веденням переговорів та укладанням угод (тобто витрати на торг);
- витрати специфікації та витрати на захист прав власності.

Звісно, кількість трансакційних витрат в структурі загальних витрат буде різнитися в залежності від специфіки підприємства, але важливо інше- ці витрати буде нести кожне підприємство, тому не варто залишати їх без уваги.

Одним із проявів впливу трансакційних витрат на прийняття рішень є зниження взаємних вигід від обміну (товарів, робіт, послуг). Так, при прийнятті рішень, суб'єкти господарювання порівнюють свої потенційні вигоди від прийняття того чи іншого рішення з витратами які воно за собою несе. Вигоди пов'язані зі здійсненням угоди можуть переважати виробничі

¹ Науковий керівник: Муковіз Василь Степанович
кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку та оподаткування
Державний торговельно-економічний університет

витрати, але при цьому можуть виявитися нижчими від загальних витрат з урахуванням трансакційних. Тому якщо підприємство буде приймати рішення відштовхуючись лише від виробничих витрат, то це рішення може виявитися хибним і угода не тільки не принесе очікуваного прибутку, а може призвести і до збитків.

Трансакційні витрати приводять до того, що потенційно взаємовигідні угоди не будуть здійснені. Це знижує ефективність роботи ринку, а це в свою чергу означає, що економічні ресурси суспільства не знайдуть свого найбільш ефективного користувача і найкраще (оптимальне) розміщення ресурсів не буде досягнуто.

В таких умовах люди (бо саме люди стоять за прийняттям того чи іншого рішення на підприємстві) вважають за доцільне відмовитись від потенційно кращого варіанту на користь чогось меншого. Таким чином вони економлять трансакційні витрати. Ця економія складається з чотирьох тверджень:

- у світі багато невизначеності та непередбачуваності;
- завдяки переговорам і специфічності активів організаціям, які укладають угоди, виходити з них дорого;

- люди мають обмежену раціональність, тобто вони отримують та обробляють обмежену інформацію, а отже, мають менше варіантів на вибір. Економічні операції засновані не на чистій раціональності, а на обмеженій раціональності. Обмежена раціональність — це форма раціональності, де прийняття рішення та раціональність людиною обмежені кількістю доступної їй інформації та кінцевою кількістю часу, який вона має для прийняття рішення;

- наявність опортуністичної поведінки. Опортуністичною вважається поведінка ухиляння від виконання умов угоди з метою отримання прибутку за рахунок інтересів партнерів. Витрати опортуністичної поведінки включають витрати на контроль за виконанням угод, на страхування ризиків їх невиконання, витрат на запобігання такій поведінці контрагентів.

Чотири вищезазначені фактори разом ускладнюють укладення контрактних угод за низьких витрат, що призводить до створення трансакційних витрат на ринку. Підприємці великих організацій не потребують контрактних угод, оскільки вони використовують організаційну політику, таку як примус, моніторинг та стимули для підтримки контролю.

Одним з можливих шляхів зниження трансакційних витрат для підприємства є інтеграція в простір інтернет та використання інформаційних ресурсів. В такому випадку витісняються традиційні посередники, адже формуються нові уклади співіснування суб'єктів господарювання та споживачів. У цьому розумінні система їх економічних комунікацій переходить в інтерактивний режим, тобто прямий зв'язок продавців і покупців через веб-сайти в Інтернеті.

Ще одним способом для оптимізації трансакційних витрат може бути кастомізація, що формується на основі вимог певної групи споживачів до

продукту, послуг, робіт для того, щоб можна було максимально задовольнити їх потреби. У такому випадку підприємствам стає легше знайти інформацію витрачаючи на її пошук при цьому менше ресурсів.

Також, до вищезазначених варіантів можна додати мінімізації трансакційних витрат через шеренгові Інтернет-платформи (OLX, BlaBlaCar, Uber тощо), які навіть без економічного аналізу дають зрозуміти, що за рахунок нових технологій діє принцип "win-win", коли від взаємодії виграють як замовник, так і клієнт.

Тож, підсумовуючи усе вище сказане, зазначимо, що на наш погляд, уже починають формуватися нові підходи до розуміння витрат, які в подальшому будуть більш адаптованими під нинішні реалії. Світ не стоїть на місці і слід якомога швидше адаптуватися до цих змін.

Список використаних джерел:

1. Лабурцева О. І. Управління витратами підприємства в контексті мінімізації рівня трансакційних витрат // Економічний простір . - No 150, 2019 с.61-65.
2. Норт Д. (2000) Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт; пер. з англ., К.: Основи, 198 с.
3. Markéta Šumpíková, Ina Ďurčková. Transaction Costs, Outsourcing, and the Public Procurement Review Process in the Czech Republic and Slovakia //The NISPAcee Journal of Public Administration and Policy, Vol. XII, No.2, Winter 2019 /2020. – p.233 – 250 // <https://content.sciendo.com/>
4. Sina Shahab, J. Peter Clinch and Eoin O'Neill. Accounting for Transaction Costs in Planning Policy Evaluation // Land Use Policy. - 2018. - Volume 70 – P. 263–272 // UKR:<http://orca.cf.ac.uk/>
5. The new Institutional Economics: Its Start, Its Meaning, Its Prospects // BUSINESS LAW. Department of Economics, Saarland University Saarbrücken, Germany - 28 Nov, 2015 // <https://lawexplores.com/the-new-institutional-economics-its-start-its-meaning-its-prospects/>

СЕКЦІЯ 7. ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК У СТУДЕНТІВ В КОНТЕКСТІ ІНТЕРАКТИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ (АНГЛІЙСЬКОЇ) МОВИ

Пономаренко О.В., викладач

Уманський Національний Університет Садівництва

В умовах сучасного процесу навчання іноземним мовам пріоритет надається наступним складникам: спілкування, інтерактивність або взаємодія, автентичність спілкування та вивчення мови в культурному контексті. Такі варіанти забезпечують розвиток міжкультурних компетентностей як складової комунікативної здібності. Кінцева мета спрямована на здатність вільно та впевнено володіти іноземними одиницями, а також здатність адекватно реагувати на різні ситуації. Для тренування навичок спілкування іноземною мовою важливо створювати реальні життєві ситуації, які сприятимуть навчанню та розвитку відповідної поведінки.

Взаємодія – це один із пріоритетів викладачів іноземної мови. В епоху комунікативного навчання мови взаємодія, по суті, є серцевиною, те, що визначає саму суть спілкування. Ми відправляємо повідомлення; ми їх отримуємо; ми інтерпретуємо їх у контексті; ми обговорюємо значення; і ми співпрацюємо для досягнення певних цілей. І після кількох десятиліть досліджень викладання та вивчення мов було виявлено, що найкращий спосіб навчитися взаємодії – це сама взаємодія.

Інтерактивний характер навчання дозволяє учням взаємодіяти один з одним, залучаючи до цього процесу викладача, який виступає в ролі наставника процесу навчання. Така стратегія називається особистісно-орієнтованою і її відповідне застосування дозволяє досягти засвоєння навчального матеріалу на 50-90% залежно від застосовуваних інтерактивних методів. Вибираючи форми і методи навчання, які дозволяють учням розкрити свою творчість, учитель відкриває для них нові можливості [1]. При цьому дуже важливо враховувати всі фактори, в тому числі і психологічний, оскільки студенти долають певну психологічну перешкоду, вчать спілкуватися та взаємодіяти в іноземному середовищі.

Застосування інтерактивного методу підвищує ефективність навчального процесу, оскільки створює реальні життєві ситуації та спонукає студентів адекватно реагувати на них, застосовуючи іноземну лексику, а отже формує в студентів комунікативні навички. Під інтерактивністю розуміється процес вербальної взаємодії двох або більше людей у процесі спілкування. Форми інтерактивного навчання досягають цілей таких

рівнів, як знання, розуміння, застосування (за Б. Блумом), що дуже важливо для формування комунікативних навичок [2].

Сучасна методика передбачає велике різноманіття інтерактивних форм навчання іноземних мов, такі як навчальні ігри, рольові, ділові; навчальні, творчі завдання, екскурсії, виставки, вистави, презентації, дискусії та мозковий штурм. Навчальний процес організовано таким чином, щоб і вчитель, і учні однаково були залучені до процесу та активно взаємодіяли один з одним. Інтерактивність у вивченні та викладанні іноземної мови сприяє розвитку комунікативних навичок та вмінь працювати в команді, слухати та приймати іншу думку або відстоювати власні інтереси. При застосуванні інтерактивних форм навчання активізується навчально-пізнавальна діяльність учнів, спільний інтерес до навчання та мотивація до вивчення іноземної мови. Під час виконання спеціально створених мовленнєвих ситуацій учитель та учні мають можливість висловлювати свою думку вільно, вільно, не акцентуючи увагу на деяких граматичних чи лексичних помилках. Таким чином навчальний процес стає емоційно насиченим і незабутнім для учня, що дуже важливо. Інтерактивні заняття під час аудиторного навчання можуть дозволити учням зрозуміти, що вони вивчають, на більш глибокому, інтегрованому рівні, що може зробити заняття в класі більш успішними та корисними [2].

Загалом, інтерактивне навчання мови суперечить створенню штучної та неприродної атмосфери спілкування; швидше, це потребує високо інтерактивного режиму спілкування з навчальною метою, яке корелюється з інтересами учнів. Експерти та науковці з викладання іноземної мови висунули інтерактивні принципи, які обґрунтовують цей підхід до навчання. Автоматичність: справжня людська взаємодія найкраще досягається, коли зосереджена увага на значеннях і повідомленнях, а не на граматиці та інших мовних формах. Таким чином, учні звільняються від контролю мови і можуть легше перейти до автоматичних режимів обробки інформації. Внутрішня мотивація: у міру того, як учні залучаються до мовлення та самоактуалізації, їхні найглибші потяги задовольняються. І оскільки вони більш повно оцінюють власну компетенцію використовувати мову, вони можуть розробити систему самовинагороди. Стратегічні інвестиції: взаємодія вимагає використання стратегічної мовної компетенції як для прийняття певних рішень щодо того, як говорити, писати чи інтерпретувати мову, так і для корегування, коли комунікаційні шляхи заблоковані. Спонтанність інтерактивного дискурсу вимагає розумного використання численних стратегій для виробництва та розуміння. Прийняття ризику. Взаємодія вимагає певного ступеня ризику, що не вдається створити задумане, тобто висловитись зрозуміло та чітко. Але варто пам'ятати, що зусилля варті ризику. І нарешті мовно-культурний зв'язок: культурне навантаження інтерактивного мовлення як усного так і писемного, вимагає, щоб співрозмовники були добре обізнані в культурних нюансах мови.

Таким чином, взаємодія тягне за собою тривалий процес розвитку. Численні помилки та розуміння стануть частиною цього розвитку. І роль зворотного зв'язку вчителя має вирішальне значення. Усі елементи комунікативної компетентності задіяні у взаємодії людей. Для успішного спілкування всі аспекти повинні працювати разом [3].

Ріверс підкреслює, що з самого початку вивчення мови заняття повинні бути інтерактивними, і стверджує, що «за допомогою взаємодії студенти можуть збільшити свій мовний запас, коли вони слухають або читають автентичний мовний матеріал, або навіть результати своїх однокурсників у дискусіях, спільних завданнях на вирішення проблем або простих діалогів. У взаємодії студенти можуть використовувати все, чим вони володіють, все, що вони вивчили або випадково засвоїли у реальному житті...[4]»

У процесі застосування інтерактивних форм навчання між учасниками спілкування виникають реальні стосунки, виникає потреба у спілкуванні. Цей зв'язок є взаємодією індивідуальностей. Є вимога до справжнього спілкування, комунікаційних особистостей, які в свою чергу забезпечують комунікативну мотивацію. Інтерактивний спосіб спілкування (взаємодія на основі інших видів діяльності, крім навчальної) сприяє розвитку комунікативних навичок учнів.

Список використаних джерел:

1. Активні та інтерактивні навчальні методи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://festival.1september.ru/articles/512797/> [02/05/2022]
2. Браун Г. (2018). Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Regents.
3. Aigo, T. (n.d.). Interactive language teaching in the intensive English classroom. Xian International Studies University. Retrieved from: <http://www.celea.org.cn/pastversion/lw/pdf/tianaiguo.pdf> (доступ 02/05/2022)
4. Rivers, W. M. (Ed.) (2020). Interactive language teaching. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

ПРОБЛЕМИ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ В ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Бекас Я.А., здобувач освітнього ступеня бакалавра
ХУУП імені Леоніда Юзькова

Профорієнтаційна робота працівників є необхідною частиною роботи з персоналом в успішній організації. Робота, яка проведена правильно та за сучасними стандартами, допоможе зробити організацію ефективнішою у виконанні поставлених завдань. Система управління кадровими ресурсами, яка зараз функціонує на більшості українських підприємств, довела свою неспроможність змінюватися під впливом часу. Наслідками цієї незмінності є втрата трудового потенціалу у більшості галузях економіки, що призводить

до недосягнення бажаних економічних показників, висока плинність кадрів. Через невдоволеність своїм службовим становищем та характером виконуваної роботи, працівники починають конфліктувати, що призводить до погіршення психологічного клімату в колективі, який є важливою частиною ефективної роботи підприємства [1,с.142]. Такі ситуації не можна назвати винятками, які зустрічаються лише в окремих галузях трудової діяльності. Більшість людей, які працюють у різних сферах діяльності, не відносяться з особливою повагою до своєї роботи, вважаючи її нестерпною. Саме тому профорієнтаційна робота є основою формування успішного майбутнього у всіх сферах трудової діяльності.

Для того, щоб зрозуміти власні недоліки та розробити шляхи вирішення цієї ситуації, потрібно проаналізувати сучасний стан профорієнтаційної роботи в Україні. Важливо запам'ятати, що профорієнтаційна робота не проводиться у дорослому віці, коли вже у людини сформувалися характер та вподобання, а на початковому етапі становлення особистості – в загальноосвітній школі. Головним завданням загальноосвітнього навчального закладу є надання допомоги у виборі життєвого шляху за допомогою оцінки вмінь та навичок у певній галузі. Важливою частиною профорієнтаційної роботи є взаємодія підприємств з навчальними закладами різних рівнів для координації дії та уникнення незбалансованості на ринку праці. Саме тому велику увагу приділяють навчанню в загальноосвітніх навчальних закладах. Період навчання у загальноосвітній школі є надзвичайно важливим у становленні майбутнього працівника, тому проблеми варто шукати саме в цьому часовому проміжку.

Першою суттєвою проблемою є повна відсутність бажання у переважної більшості учнів планувати своє майбутнє. З даною ситуацією зустрічається більшість дітей, коли настає момент обирати шлях свого розвитку як дорослої людини. Більшість учнів не мають чітких та визначених вподобань в навчальних дисциплінах, використовують навчальний заклад лише як спосіб побачитися та поспілкуватися з друзями. Таке ставлення до навчального процесу та, як наслідок, до свого майбутнього, можна порівняти з рухом за течією річки, яка тече в невідомому напрямку. Учні сприймають навчання як розвагу, яка ніяк не буде впливати на їхнє майбутнє, але всі ці судження втрачають свою цінність в момент вибору профілю свого навчання в закладах вищої освіти.

Цю проблемну ситуацію можна вирішити шляхом зміни ставлення учнів до навчального процесу та проведення заходів профорієнтаційної роботи, які використовуються у європейських країнах. Наприклад, в Польщі було створено проект «Освіта для роботи», метою якого було донесення ідеї важливості вибору професії та навчання протягом всього життя. Під час реалізації проекту було зроблено серію коротких фільмів, що надають дітям та батькам базову інформацію про професію та навчальні заклади. [2]

Ще один негативний момент, який потребує усунення – це вплив батьків на вибір професії дитиною. Навіть запровадження найсучасніших

профорієнтаційних практик не буде мати жодного позитивного ефекту, якщо вибір майбутнього буде залежати не від дитини, а від її батьків. Старше покоління використовує безліч аргументів свого втручання: наявність життєвого досвіду, знання системи пошуку роботи, наявність досвіду працевлаштування та «зв'язків» з потрібними людьми, які допоможуть отримати вакантну посаду. Всі ці чинники роблять майбутнього працівника абсолютно немотивованим до кар'єрного росту та нових досягнень у професійній діяльності. Вирішенням цієї проблеми є усунення стереотипного мислення в розвитку кар'єри у людей старшого покоління. Важливо розуміти, що в сучасному динамічному світі настає момент, коли потрібно самостійно приймати рішення. Саме для цього потрібно розвивати у дітей навички самостійності ще на стадії навчання у загальноосвітньому навчальному закладі.

Незбалансованість ринку праці є ще однією негативною тенденцією, джерелом якої недосконалість профорієнтаційної діяльності. Сучасний світ характеризується значним залученням у різні галузі трудової діяльності інформаційних технологій. Саме тому є гостра необхідність спрямовувати дітей на вивчення інформаційних технологій, мотивуючи їх вибір кар'єрним зростанням та високою заробітною платою. Але якщо порівняти Україну та європейські держави в плані вибору учнями профілів, то можна побачити, що в зарубіжних країнах навчання більше спрямовується на технологічні освітні компоненти, такі як фізика та математика. В українських випускників із загальноосвітньої школи, фізика є непопулярним предметом для складання Зовнішнього Незалежного Оцінювання (ЗНО), а з математики 31 % потенційних абітурієнтів не перетинає поріг, який становить 100 балів. Вирішення цієї проблеми можливо лише завдяки структурним перетворенням у вивченні цих галузей науки, результати яких можна буде побачити лише з часом.

Таким чином, проблеми профорієнтаційної діяльності є достатньо відчутними на сьогоднішній день, однак запровадження практик європейських країн у даному напрямі дасть поштовх до поступового реформування всієї профорієнтаційної роботи, що призведе до формування кадрового потенціалу європейського рівня.

Список використаних джерел

1. Кузів М. З. *Форми та методи профорієнтаційної роботи в Україні. Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Психолого-педагогічні науки.* 2016. №1. С. 140-146.
2. Ничкало Н. Г. *Аналізуючи здобутки, визначати реальні перспективи Професійно-технічна освіта.* 2005. №3. С. 32

Наукове видання

Матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки»

Відповідальний редактор – Непочатенко Олена Олександрівна
Відповідальний секретар – Улянич Юлія Василівна
Комп'ютерне верстання Улянич Юлія Василівна

Видається в авторській редакції. Редакція не несе відповідальності за зміст матеріалів. Автори вміщених матеріалів висловлюють свою думку, яка не завжди збігається з позицією редакції.

Все буде Україна!